БИБЛИОТЕКА ЖУРНАЛА "ТЕОРИЯ МОДЫ"

Джурджа Бартлетт



FashionEast:

призрак, бродивший по Восточной Европе

НОВОЕ ЛИТЕРАТУРНОЕ ОБОЗРЕНИЕ

Новое
Литературное
Обозрение

DJURDJA BARTLETT

FashionEast

The Spectre that Haunted Socialism

THE MIT PRESS
CAMBRIDGE, MASSACHUSETTS
LONDON, ENGLAND

2010

ДЖУРДЖА БАРТЛЕТТ

FashionEast:
призрак, бродивший по Восточной Европе

НОВОЕ
ЛИТЕРАТУРНОЕ
ОБОЗРЕНИЕ
МОСКВА

2011

УДК 746.41.03(4)"19"
ББК 85.126.63(45)6
Б26

Составитель серии О. Вайнштейн
Редактор серии Л. Алябьева

Бартлетт, Дж.
Б26 **FashionEast: призрак, бродивший по Восточной Европе** / Джурджа Бартлетт ; пер. с англ. Е. Кардаш. — М. : Новое литературное обозрение, 2011. — 360 с. : ил. (Серия «Библиотека журнала "Теория моды"»)

ISBN 978-5-86793-922-9

Книга Джурджи Бартлетт посвящена феномену «социалистической моды». Моду действительно можно назвать призраком, наводившим ужас на советское государство. Эфемерный, вечно незавершенный и неуловимый феномен составлял нешуточную угрозу ценностям социализма — стабильности, отсутствию перемен и предсказуемости. Зародившись в эпоху сталинизма, этот феномен просуществовал до конца 1980-х годов в Советском Союзе и в ряде стран Восточной Европы, входивших в соцблок. При всей его исключительности это был отнюдь не тот принципиально новый стиль, о котором грезили конструктивисты в начале 1920-х годов. Напротив, социалистическая мода официально ориентировалась на традиционную эстетику и обслуживала консервативные гендерные стереотипы. Бартлетт прослеживает историю феномена — от его зарождения в эпоху крушения большевистской утопической мечты до расцвета в восточноевропейских странах с приходом коммунистов к власти в 1948 г. и постепенного заката в последние десятилетия существования социалистического строя.

В фокусе исследования Бартлетт — вестиментарные опыты конструктивистов; ранняя большевистская критика моды как буржуазного феномена; возвращение к идеалам традиционной женственности в сталинскую эпоху; институциализация моды и формирование идеологического конструкта «официального социалистического костюма» (при почти полном отсутствии сколько-нибудь приличной одежды на прилавках магазинов); фестивали и конкурсы, призванные поддерживать миф о существовании социалистической моды, а также неофициальные модные практики, к которым вынужден был прибегать «человек эпохи дефицита».

УДК 746.41.03(4)"19"
ББК 85.126.63(45)6

© Massachusetts Institute of Technology, 2010
© Е. Кардаш, пер. с английского, 2011
© Новое литературное обозрение, 2011
В оформлении переплета использован плакат «Стой!». 1920-е

Посвящается Ане и Данко

Оглавление

	Предисловие	9
	Введение	15
Глава 1.	Искусство vs технология: модные дилеммы молодого советского государства	29
Глава 2.	Между наукой и мифом: рождение социалистической моды	81
Глава 3.	Восточная Европа: от утопии к мифу	119
Глава 4.	Холодная война и модная война	159
Глава 5.	От красного к бежевому: система правил	211
Глава 6.	Закат социалистической моды	247
Глава 7.	Возрождение моды	281
	Примечания	314
	Библиография	338
	Указатель	351

Предисловие

В 2004 году, занимаясь исследованием феномена социалистической моды, я познакомилась в Москве с Лидией Орловой, журналисткой, писательницей и, в прежние времена, редактором нескольких советских модных журналов. При социализме Орлова была искренне предана коммунистической партии. Исключительно красивая женщина, она живо интересовалась вопросами моды и активно пропагандировала ее на закате социалистической системы. В конце 1970-х годов, будучи редактором одного из популярнейших ежемесячных журналов «Работница», она постоянно публиковала информацию о западной моде и знакомила читательниц с выкройками из немецкого женского журнала Burda. Вместе с тем в конце 1980-х годов, в период перестройки, Орлова выступила со статьей в коммунистической газете «Правда», где утверждала, что социалистический строй обладал собственными традициями и достижениями в области моды. Используя свои деловые связи с представителями политической и административной элиты, она сумела вдохнуть новую жизнь в русские модные издания, конкурируя с появившимся на советском рынке журналом Burda. Одежда, которая в то время продавалась в магазинах, не отличалась красотой и качеством, тогда как модные журналы, представлявшие публике эксклюзивные работы дизайнеров московского Дома моделей, смотрелись роскошнее, чем Burda. В разговоре со мной Орлова произнесла: «Поверьте мне, у Диора было гораздо больше поклонниц в Советском Союзе, чем во Франции».

И действительно, в 1959 году представители модного дома Christian Dior получили приглашение приехать в Советский Союз для демонстрации последней коллекции одежды в московском спортивном клубе «Крылья Советов». Афиши на улицах широко рекламировали это событие. Массовый еженедельный журнал «Огонек» с энтузиазмом восклицал: «Наконец-то и у советских женщин появился шанс познакомиться с французской модой! Ведь столетиями Париж диктовал половине рода человеческого, что и как носить»[1]. Члены руководства компании Dior и двенадцать манекенщиц Дома провели в Москве неделю. Каждый день проводились по два или три показа, во время которых было продемонстрировано 120 нарядов. Модели одна за другой появлялись на подиуме под последние французские и американские музыкальные хиты. Тяжело благоухавший духами Dior зал вмещал 800 мест, но желающих увидеть летнюю коллекцию было гораздо больше. Аудитория состояла из женщин-дизайнеров,

представительниц текстильного производства, молодых актрис, а также жен и дочерей чиновников советской номенклатуры.

Абсолютное преклонение перед известным европейским модельером в сочетании с апологией подлинно социалистической моды, которая якобы успешно соперничала с западной, а также игнорирование того факта, что обычная женщина могла приобрести в магазине лишь низкокачественную и плохо пошитую одежду, — все это прекрасно иллюстрировало противоречивое положение моды при социализме. Пропаганда скромности в одежде легко сочеталась здесь с восхищением роскошными нарядами от-кутюр. Элитарность высокой моды находила отклик в далеко идущих амбициях тоталитарной идеологии, что привело к появлению феномена, который я называю «социалистической модой».

В этой книге речь пойдет и о других явлениях, актуальных для социализма, — утопической и повседневной моде. Вместе с тем феномен социалистической моды, в силу своей уникальности и жизнеспособности, представляет особый интерес. Зародившись в эпоху сталинизма, это явление просуществовало до конца 1980-х годов в Советском Союзе и социалистических странах Восточной Европы — Чехословакии, Восточной Германии, Венгрии, Польше и Югославии. При всей своей исключительности это был отнюдь не тот принципиально новый стиль, о котором грезили конструктивисты в начале 1920-х годов. Напротив, социалистическая мода подчеркнуто ориентировалась на традиционную эстетику и обслуживала консервативные гендерные стереотипы. Мы проследим историю упомянутого феномена с его зарождения в эпоху крушения большевистской утопии до его расцвета в восточноевропейских странах с приходом к власти коммунистов в 1948 году и постепенного заката в последние десятилетия существования социалистического строя. Будучи органичной составляющей эпического метанарратива социализма и разделяя его страх перед изменениями и фрагментарной структурой реальности, социалистическая мода не выдержала конкуренции с Западом. Но сам факт ее существования, поддерживаемого гигантскими усилиями государства, пропагандировавшего ее с помощью официальных институтов и женских журналов, свидетельствовал о глубоком беспокойстве, которое феномен моды вызывал у строителей социалистической системы.

Название книги неслучайно перифразирует знаменитую первую фразу «Коммунистического манифеста». Моду действительно можно назвать призраком, наводившим ужас на советское государство. Эфемерный, вечно незавершенный и неуловимый феномен действительно угрожал ценностям социализма — стабильности, отсутствию перемен, предсказуемости и вечности. Вопросы централизованного планирования, дефицита товаров, жестко контролируемого рынка, неспособного к развитию, а также политического

климата не входят в сферу нашего непосредственного внимания. Вместе с тем, взятые вместе, они составляют специфические условия и необходимый фон формирования и бытования предмета нашего исследования. Коротко говоря, в книге пойдет речь о доселе почти неизученном в истории моды, сложном и специфичном явлении, бытовавшем по другую сторону границы, отделяющей Запад от особого географического и политического пространства — Восточной Европы.

Социалистическая мода была элитарна, и взаимодействие с ней требовало времени, денег и связей. Соответственно, моими собеседницами были, как правило, представительницы государственных модных институтов и работники официальных средств массовой информации. Большинство из них — такие, как Лидия Орлова, Доротея Мелис, Эва Месарош, Маргит Силвицки и многие другие — оказались способными, блестяще образованными профессионалами, которые легко добились бы успеха в мире западной моды.

Я очень благодарна им, как и всем моим информантам, за то время, которое они мне уделили, и за готовность помочь. Я была польщена тем, что они сочли возможным поделиться со мной своими мыслями и воспоминаниями. Я изучала женские журналы, иллюстрированные еженедельные издания, газеты, плакаты, фильмы и музейные коллекции, работала в государственных архивах. Однако устные беседы стали неоценимым материалом, позволившим мне составить представление о характере бытования социалистической моды. Я взяла 24 интервью у людей, работавших в самых разных областях производства, связанного с модой, — дизайнеров, представителей администрации центральных модных институтов, моделей, организаторов официальных показов, журналистов и писателей. Основные сведения я черпала из советских женских журналов, игравших роль одновременно модных и политических бюллетеней. Будучи собственностью государства, они выступали в качестве транслятора официальных представлений о хорошем вкусе и гендерных стереотипов. И тем не менее даже в условиях жесткого контроля и тщательного отбора публикуемых материалов эти журналы в полной мере демонстрировали внутренние противоречия социалистической системы и ее конфронтацию с повседневностью.

Работа над книгой продолжалась более десяти лет. В течение этого времени я пользовалась постоянной поддержкой множества людей и организаций. Я очень признательна Элизабет Уилсон и Эми де ля Хей за их терпение и понимание, а также Лу Тейлор и Кэролайн Эванс за полезные замечания и предложения. Я исключительно ценю внимание к своей работе Криса Бруарда. Я благодарна Ольге Вайнштейн и Оксане Гавришиной, организовавшим мою лекцию в стенах Российского государственного гуманитарного университета и оказавшим мне неоценимую помощь в проведении исследований на территории

России. Я очень признательна Раисе Кирсановой за конструктивное обсуждение вопросов, затронутых в моей книге, а также Люде Алябьевой и Наталье Шустиковой за помощь во время работы в Москве. Приглашение Ирины Прохоровой выступить на конференции «Мода и социализм: новый взгляд», организованной журналом «Теория моды: одежда, тело, культура» в Москве в 2007 году, предоставило мне еще одну возможность пообщаться с русскими коллегами и провести дополнительные исследования. Не могу не отметить весьма важную встречу с Александром Лаврентьевым, в ходе которой мы обсудили работы в сфере моды Александра Родченко и Варвары Степановой. В Лондоне я беседовала о советской моде с Оксаной Секачевой, и этот разговор был исключительно содержательным. Я смогла поработать в Венгрии благодаря гранту Отдела гендерных исследований Центрального Европейского университета в Будапеште и я благодарна Анне Уэссели из ELTE (Будапешт) и Мартону Облату, оказавшим мне неоценимую помощь. Во время последующих поездок в Будапешт мне представился шанс пообщаться с историком моды Каталин Дожа и обсудить проблемы венгерской социалистической моды с одним из ведущих специалистов в этой области Тибором Валучем. Я также благодарна Ильдико Шимонович, которая пригласила меня выступить с докладом на посвященной социалистической моде конференции в Будапеште в 2007 году, где мне довелось встретиться с интереснейшими исследователями, включая Каталин Медведев, которая любезно помогла мне взять интервью у Маргит Силвицки. Я также благодарна загребскому отделению фонда Сороса за грант, позволивший мне заняться полевыми исследованиями в Чехии, где я имела удовольствие пользоваться неоценимой помощью Константины Главачковой, куратора пражского Музея прикладных искусств. Катя Ремус очень помогла мне во время работы в Берлине. Я также благодарна Ариеле Гранди из Лондонской школы славянских и восточноевропейских исследований, которая терпеливо проверила мои польские переводы. Гар Пауэлл-Эванс также был всегда рад помочь мне во время работы над книгой. Я в бесконечном долгу перед моим издателем Роджером Коновером из MIT Press за непоколебимую веру в меня и за неустанное продвижение моего проекта. Валери Стил, которая неизменно поощряла мои усилия, со своим мужем Джоном Мейджором служили мне постоянной поддержкой. Ана и Данко Штайнеры всегда помогали мне ценными советами и конструктивными предложениями. Давор Милишич и Ясна Биочич поддерживали меня на протяжении всей работы над проектом. Я также в очень большом долгу перед Уильямом Бартлеттом за ту щедрость, с которой он жертвовал своим временем, читая и обсуждая со мной рукопись книги.

Для меня было большой честью работать в Колледже моды Лондонского университета искусств, где я наслаждалась атмосферой живого интеллектуального поиска и пользовалась постоянной поддержкой коллег. В особенности

я признательна руководителю Отдела исследований Хелен Томас. Мне хотелось бы отдельно упомянуть о щедрости Отдела исследований Лондонского колледжа моды, взявшего на себя — при участии хорватского журнала Gloria и его издателя Дубравки Томекович Аралицы — расходы по подготовке цветных иллюстраций для этой книги.

Работая над книгой, я провела много дней и месяцев в библиотеках. Я с радостью вспоминаю это время и неоценимую помощь исключительно любезных и знающих сотрудников. Я очень благодарна работникам Британской библиотеки, библиотеки Лондонской школы славянских и восточноевропейских исследований, Национальной библиотеки изобразительных искусств, принадлежащей Музею Виктории и Альберта в Лондоне, и Национальной библиотеки в Загребе. Я также признательна сотрудникам хорватского издательства Vjesnik, библиотеки Музея прикладных искусств в Будапеште и Венгерской национальной библиотеки, Библиотеки изобразительных искусств и Исторической библиотеки в Москве и работникам Архива моды в Берлине.

Введение

Предмет настоящего исследования составляют три вида модного нарратива, существовавшие на протяжении 72 лет в Советском Союзе и 42 лет в Чехословакии, Восточной Германии, Венгрии, Польше и Югославии. Это утопическая, социалистическая и повседневная мода. Первая возникла в результате предпринятой большевиками в 1920-е годы попытки полностью порвать с миром прошлого и создать абсолютно новый стиль одежды, лаконичный и строгий. Этот феномен, как и мечта о воплощении утопии в реальность, впоследствии обрел новую жизнь в странах Восточной Европы, оказавшихся под властью коммунистов после окончания Второй мировой войны. Другой тип нарратива, социалистическая мода, доминировал в Советском Союзе с 1930-х, а в Восточной Европе — с середины 1950-х годов. Он наглядно демонстрировал провал планов советского государства внедрить в массовый обиход эгалитарный и утилитарный стили. Тенденции социалистической моды находили воплощение в эксклюзивных моделях, выставлявшихся на отечественных и международных показах и конгрессах моды. Этот стиль опирался на традиционную эстетику и устоявшиеся гендерные стереотипы и отражал глубинный страх победившего политического строя перед изменением присущего ему замкнутого, медленно разворачивающегося метанарратива. И утопическое платье, и социалистическая мода были идеологическими конструктами, имевшими сугубо символическую репрезентацию. Оппозицию им составляла повседневная мода, которая начала постепенно развиваться начиная со второй половины 1960-х годов. Это было явление, тесно связанное с обыденной реальностью, с неконтролируемой и непрерывно меняющейся стихией современности. Способ его бытования составляли многочисленные индивидуальные практики, посредством которых представительницы социалистических стран усваивали и адаптировали тенденции западной моды.

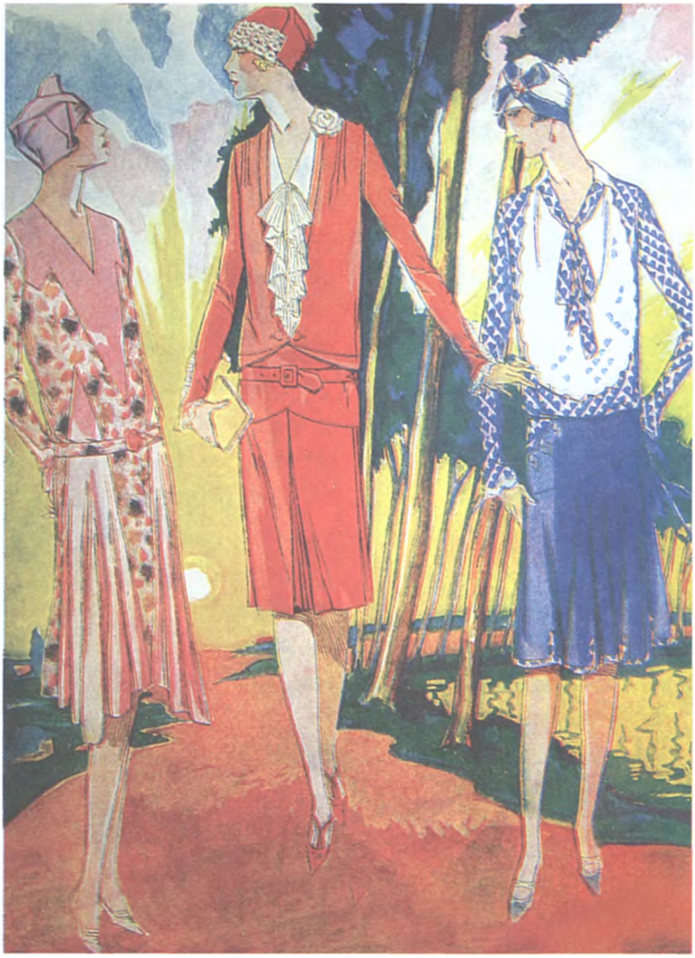
Утопическая мода

Способна ли мода — феномен, глубоко укорененный в культурной и исторической традиции западной цивилизации, — однажды начаться заново, с нуля? Именно такой эксперимент попытались осуществить большевики после октябрьской революции 1917 года в области политики, искусства

и повседневной жизни. Переживание острой потребности в новом стиле одежды составляло лишь один из элементов масштабной идеологической программы основателей социалистической системы, стремившихся порвать с прошлым во всех сферах жизни. Ни одна другая революция не отвергала традицию столь яростно, не стремилась к столь тотальному разрушению связей между историей и современностью. Составляя принадлежность обеих этих реальностей, мода не могла не испытать на себе воздействия радикальных изменений, полностью трансформировавших политическую и общественную жизнь страны. В мире конструктивизма не было места непредсказуемым и неуправляемым колебаниям модных тенденций. Плохо вписывался в него и образ женщины-модницы — слишком изысканной для эстетики функционализма, слишком сексуальной для пуританской системы ценностей. Она была чужда этому миру по самой своей природе, ибо принадлежала прошлому, которое более не существовало. Традиция рухнула; основой нового визуального словаря стала геометрическая абстракция.

Россия 1920-х годов была во многих отношениях модернистской. Архитектор-модернист Ле Корбюзье видел в Ленине ниспровергателя не только устоявшейся политической системы, но и канонов визуального искусства. Улавливая новый геометрический порядок в четких обводах ленинской шляпы-котелка, в очертаниях белого воротничка и белой же фарфоровой кофейной чашки, в простой стеклянной чернильнице и в ровных листах бумаги, на которых Ленин часами писал за столиком парижского кафе «Ротонда», Ле Корбюзье утверждал: «Он учится управлять стомиллионной нацией» (Le Corbusier 1987: 7–8). Как оказалось впоследствии, Ленин и вправду руководил революционным переворотом, будучи облачен в костюм европейского покроя. Новая социалистическая держава, которую он создал, первоначально сохраняла связь с художественной культурой Запада. Это относилось и к моде, пережившей недолгий расцвет в начале 1920-х годов, когда новая экономическая политика (НЭП) привела к установлению в России строя, отчасти напоминающего капиталистический. Конфронтация между политикой большевиков, с неприязнью смотревших на моду, и экономикой НЭПа, способствовавшей ее развитию, положила начало идеологическому и концептуальному расколу, определившему и осложнившему отношение советского общества к моде на всем протяжении 1920-х годов (ил. 0.1).

Столкнувшись с вызовом легкомысленной культуры НЭПа, большевики не решились полностью игнорировать потребность людей в красивой одежде. В то время как массовая продукция фабричного изготовления отвечала официальным идеологическим установкам, платья, шившиеся на заказ, по-прежнему находили поклонников на самом высоком уровне нового государственного руководства. В 1920-е годы модельер Надежда Ламанова при поддержке Народного



Ил. 0.1. Модная картинка. Искусство одеваться. 1928, № 7

комиссариата просвещения использовала мотивы традиционной народной одежды как основу нового, подлинно социалистического стиля. Подобное противоречие соответствовало содержанию общеевропейского модного дискурса, для которого в то время были актуальны споры о неоднозначных отношениях между уникальными изделиями ручного труда и массовой продукцией. Россия, однако, так и не ступила на путь экономического развития, необходимого для превращения эксклюзивных моделей в продукты промышленного производства. Единственным результатом упомянутого противостояния явилось постоянное размывание границы между концептами индивидуального и массового производства, происходящее в силу иллюзорных, но официально поддерживаемых представлений о том, что изысканные изделия ручной работы могут выпускаться в массовом порядке без потери качества.

Большевистская утопическая мечта умерла в Советском Союзе в конце 1920-х годов, с приходом к власти Сталина. После окончания Второй мировой войны она пережила непродолжительный ренессанс в странах Восточной Европы, во главе которых в 1948 году встали коммунисты. Этот поворот событий пошатнул идеологические позиции капиталистической культуры. Мгновенный разрыв связей с предшествующей традицией, отказ от привычных способов ее воспроизводства носили здесь еще более кардинальный характер, чем в России 1917 года, поскольку предполагали разрушение довоенной производственной системы. В России бедность и задержка индустриального развития привели к тому, что конструктивистские идеи о создании строгого, функционального стиля в одежде так и остались принадлежностью лабораторных художественных практик. В Восточной Европе, напротив, текстильная и швейная промышленность были хорошо развиты. Эти традиции, как символическая, так и экономическая, подлежали кардинальному изменению, так же как и прежние функции и роль упомянутых отраслей производства в экономике (ил. 0.2).

Быстрое развитие эстетики функционализма предполагало формирование нового женского образа. Это была женщина-труженица, облаченная в практичную униформу, — представительница нового привилегированного класса, отрицавшего значимость гендерных различий. Подобно России 1920-х годов, государства Восточной Европы стремились к деконструкции традиционно устоявшейся гендерной структуры. Популярность утопической культурной модели была непосредственно связана с установлением нового политического и социального строя. Мода для него, как и для конструктивизма 1920-х годов, была ненужным излишеством, явлением прошлого, связи с которым надлежало расторгнуть. Происходивший под политическим контролем Советского Союза поиск нового стиля в одежде и нового образа женщины представлял собой, по сути, ритуальное повторение осуществлявшихся ранее большевиками попыток превратить утопию в реальность. Утопическая идеология была всего лишь инструментом расчистки и подготовки почвы, на которой должны были расцвести сталинская культура и ее концепция социалистической моды.

Социалистическая мода

Первоначально отторгаемая большевистским государством (а впоследствии — восточноевропейскими странами), мода получила официальное признание в Советском Союзе в середине 1930-х годов. Зародившись в рамках централизованной экономической системы, социалистическая мода представляла собой поистине уникальный феномен. Своим появлением она была обязана сталинской программе индустриализации, направленной на развитие технического и



Ил. 0.2. Обложка журнала Nők lapja. Август 1952

административного потенциала советской текстильной и швейной промышленности. Итогом ее существования стал застой в сфере социалистической модной индустрии не только в Советском Союзе, но и в Восточной Европе после окончания Второй мировой войны. Большевистская утопия приветствовала кардинальные стилистические изменения. Социалистическая экономика с ее пятилетним планом и иерархической системой принятия решений, напротив, видела в изменениях лишь досадную помеху. В отличие от динамичного западного хронотопа, время социалистического метанарратива было поистине эпическим и не допускало неожиданных сюжетных поворотов.

У социалистической моды имелось собственное пространство обитания — Дом моделей, открытый в Москве в 1935 году. В его задачи входили координация деятельности текстильного и швейного производства, а также создание моделей одежды для массового потребителя. После окончания Второй мировой войны появилась целая сеть региональных Домов моделей под эгидой головного института, что завершило построение советской иерархической системы управления. Последняя, таким образом, получила непосредственную опору в реальности — чего нельзя сказать о социалистической моде. Она являла собой всего лишь один из элементов сталинского культурного мифа. Ее стиль объединял фрагменты самых разных традиций — от русской средневековой истории до голливудского шика. Внешне разнородные элементы сливались в амальгаму — специфический феномен, отвечающий культурному заказу сталинской политической системы (ил. 0.3).

Мода, репрезентировавшая себя в контексте сталинской культуры, соответствовала эстетике соцреализма, его мифологической природе. По своей природе миф и мода имеют мало общего. Мода тяготеет к современности, она неотъемлема от повседневной жизни и склонна к постоянным трансформациям. Миф консервативен, его задача — поддержание сложившегося порядка вещей. Отношение этих феноменов к прошлому также различно. Мода связана с традицией фрагментарно, и характер этих связей непредсказуем, тогда как миф обнаруживает лояльность к строго определенным составляющим исторической реальности. В отличие от большевистской идеологии, стремившейся изгнать историю из нового мира и претендовавшей на осуществление его мгновенной и кардинальной перестройки, сталинская эстетика в значительной степени опиралась на традиции премодернизма. Фотографии и живописные портреты вождей, Ленина и Сталина, свидетельствуют о постепенном отказе художников от принципов модернистской эстетики и о возвращении к консервативным иконографическим формам. Распространенная манера изображать Ленина в костюме и галстуке даже на баррикадах восходит к той эпохе, когда связи России с Западом еще не были окончательно разорваны. Не менее известный атрибут образа Сталина — униформа, напоминающая традиционную русскую крестьянскую рубаху, или *толстовку*, — символизирует возврат общества к незыблемости традиционных визуальных форм[1]. Элегантные модели платьев с отделкой в этническом стиле служили своеобразной рекламой сталинской культуры. Они появлялись в журналах и на картинах, украшали политические плакаты, их можно было увидеть в спектаклях и кинофильмах. А между тем, как свидетельствует история, сталинская концепция роскоши, транслируемая с помощью этих идеальных образов, имела мало общего с действительностью.

С установлением коммунистического режима в 1948 году страны Восточной Европы неизбежно восприняли централизованную модель производства.



Ил. 0.3. Модная картинка. Модели сезона. 1939–1940, № 4

Создатели новых институций ставили своей задачей разрушить довоенную символическую и материальную традицию, чтобы создать на ее месте утопическую моду. Однако, обретя силу официального законодательного института, утопия в значительной степени утратила концептуальную и эстетическую привлекательность. Она практически не имела возможности устоять перед идущей ей на смену социалистической модой. Находясь в политической и идеологической зависимости от своих советских хозяев, новые государства не могли ни изменить, ни замедлить ход индустриализации, обездолившей еще



Fehér műselyemből ké
szült estélyi ruha, fűző
kézimunka díszítéssel

не оправившихся от лишений войны людей и отложившей отмену карточной системы распределения потребительских товаров до 1950-х годов. В середине следующего десятилетия страны Восточной Европы уже полностью восприняли советскую концепцию моды, соответствующую принципам бытования мифической реальности, позволявшей игнорировать наличие неразрешимых проблем, с которыми плановая экономика постоянно сталкивалась в реальной жизни. Бегство в мир мифа не оставляло для социалистической моды ни малейших шансов на развитие.

С конца 1950-х годов рост значимости репрезентативных функций социалистической моды привел к тому, что понятие «мода» стало неотъемлемой составляющей идеологии институтов, занимавшихся вопросами одежды и стиля, хотя их функция — препятствовать любым несанкционированным изменениям — осталась прежней. В этом отношении модельеры играли ту же роль, что и живописцы, работавшие в русле соцреализма. По замечанию Иосифа Бакштейна, в рамках этой системы «художественный образ с необходимостью должен был отсылать к некой "иной", внехудожественной реальности: социальной, политической, экономической или идеологической» (Bakshtein 1993: 57). Так же обстояло дело и с модой при социализме. Элегантные и роскошные наряды являли собой не феномен повседневной жизни. Они служили идеальным инструментом визуализации прогресса, о котором грезил социалистический режим. Перифразируя Ги Дебора, они были призваны продемонстрировать, что государственная мощь достигла такого уровня концентрации, что приняла зримую форму (ил. 0.4)[2].

В конце 1950-х годов Хрущев начал пропагандировать модернистский стиль, скромность и чистота линий которого напоминали о пуританской строгости конструктивизма. Он положил начало новой эстетике, своего рода социалистической версии хорошего вкуса, сочетавшего представление о пролетарской суровости с образом скромной привлекательности и благопристойной элегантности. В отличие от конструктивистов, для которых технологический ландшафт был лишь фоном, на котором вырисовывались очертания нового общества, Хрущев пытался транслировать идею технологического развития непосредственно в сферу дизайна и производства повседневной одежды, которая была призвана соответствовать новым критериям функциональности и естественного очарования. Это, однако, не имело успеха. Независимо от перемен в официальной идеологии, социалистическая мода по-прежнему оставалась верна грандиозной эстетике сталинизма. Главным визуальным концептом моды при социализме стал образ представительской одежды. Эти

На с. слева: Ил. 0.4. Советская манекенщица на Пятом конкурсе культуры одежды в Будапеште. Ez a divat. 1954, № 5–6

наряды не продавались в обычных магазинах. Они были эксклюзивны, производились в единственном экземпляре и выставлялись на отечественных и международных показах и конгрессах моды. Их фотографии публиковались в журналах. Представительская модель, воспринявшая традиции дизайнерского и швейного искусства 1920-х годов, а впоследствии — мифологию сталинизма, сохраняла жизнеспособность до самого конца социалистической системы. В то же время социалистический хороший вкус, благодаря утверждаемым им критериям безликости, подчеркнутой скромности и банальности, прочно вошел в повседневную жизнь как официально признанный эстетический канон.

Сформировавшийся в сталинскую эпоху идеальный образ женщины хорошо вписывался в эстетику социалистической моды. Женские организации, институционально и идеологически связанные с коммунистической партией, поддерживали и пропагандировали идеи официальной гендерной политики с помощью разнообразных практик: от образовательных курсов гигиены и здорового питания до советов по уходу за внешностью и модных показов. Массовые периодические издания объясняли женщинам, как следует одеваться и как правильно вести себя в обществе. Начиная с 1950-х годов социализм осознал наличие растущего спроса на моду со стороны представительниц вновь образовавшегося среднего класса. Соответственно, гендерная идеология несколько смягчилась. Модные журналы начали поощрять женственность — впрочем, в самой скромной ее ипостаси. Идея хорошего вкуса стала одной из составляющих культурного капитала социалистического среднего класса. Стараясь не отстать от Запада во всех сферах жизни, руководители социалистических государств поощряли тягу граждан к моде, стремясь при этом полностью контролировать их выбор. В итоге с начала 1960-х годов обе версии концепта «вкуса», помпезная и скромная, стали равноправными составляющими официальной политики регулирования стиля. Кардинально различаясь эстетически, они имели одну общую черту — страх перед непредсказуемыми изменениями (ил. 0.5).

Социалистическая мода всегда была лишь дискурсом, слабо связанным с реальной жизнью. Даже сама идея «моды» в 1970-е и 1980-е годы навязывалась людям «сверху». Появление магазинов модной одежды свидетельствовало о том, что государство, сознавая потребность общества в переменах, по-прежнему стремится к тотальному контролю. Оно использовало для этого самые разнообразные средства, начиная от издательской политики женских журналов и заканчивая централизованным, экономически неэффективным процессом моделирования, производства и распространения товаров. Концептуальные деформации, ярко характеризующие социалистическую моду, являлись прямым следствием торжества консервативной эстетики: глубинного



Ил. 0.5. Обложка журнала «Модели сезона». Осень-зима 1956–1957

страха перед быстротечностью времени, патологической боязни перемен, иерархической системы принятия решений, плановой экономики, пренебрежения законами рынка, искусственно осложненных отношений с западноевропейской модой, культурной изоляции и недостатка опыта, образовавшегося в результате расторжения связей между прошлым и настоящим.

Повседневная мода

В то время как социалистическая мода гордо шествовала по подиумам на отечественных и международных показах и украшала страницы глянцевых журналов, неофициальную альтернативу ей составляла повседневная мода, природа которой была связана с иным типом времени — динамичным и дискретным. Социалистические страны имели почти 30-летний опыт взаимодействия с ним. Во второй половине 1950-х годов, после отказа властей от политики жестких репрессий в пользу менее явных способов контроля, элементы западной культуры постепенно начали проникать в повседневную реальность. С этого момента мода приняла на себя важнейшие функции посредника между официальной идеологией, пропагандируемой бюрократическими институтами, и потоком непосредственного человеческого существования. Между тем модная одежда по-прежнему отсутствовала в магазинах. Наладить ее производство было невозможно в рамках тотально контролируемой иерархической экономической системы. Кроме того, простой факт существования моды, ее непостоянство, тяга к изменениям бросали вызов самой сути социалистического режима.

Потребление товаров при социализме было связано с целым рядом алогичных и разнородных практик. Их иррациональная природа объяснялась характером организации производства на основе пятилетнего плана при доминировании в экономике тяжелой индустрии. Неэффективность государственной торговли компенсировалась деятельностью черного рынка и развитием сложной сети личных связей. Именно они обеспечивали существование повседневной моды. Люди шили одежду сами или приобретали ее теми или иными подпольными путями. И вместе с тем это явление, несмотря на свое полулегальное положение, негласно одобрялось режимом. Руководители социалистических стран осознавали, что у граждан появились новые потребности, среди которых мода занимает не последнее место. Стремясь обеспечить собственную безопасность, правящая элита пошла на сделку со средним классом, «купив» его политическую лояльность в обмен на относительную свободу приобретения товаров.

Представители социалистического среднего класса постепенно превращались в новую буржуазию. На закате социализма их потребительские амбиции начали играть существенную роль в культурной жизни общества. С 1960-х годов все более заметная социальная стратификация поддерживалась с помощью потребительских практик, в эстетическом отношении связанных с идеей «хорошего вкуса». Но средний класс желал большего. Благодаря улучшившимся контактам с Западом и более свободному доступу к информации люди постепенно начали приобретать новый, неофициальный культурный капитал. Он включал

в себя навыки, которые не вписывались в официальную идеологию и требовали умения разбираться в последних достижениях моды и вести не знакомый ранее образ жизни.

Новые потребительские практики, включая страсть к модным нарядам, предполагали адаптацию к новому, динамичному течению времени. Как по другому поводу заметил Анри Лефевр, между государством и гражданами велась «ожесточенная, непримиримая борьба за время и способы его использования» (Lefebvre 2004: 74). Повседневная мода проникала в жизнь самыми разными путями. Женщины шили одежду дома, пользовались услугами портних, покупали товары на черном рынке. Эфемерная, фрагментарная, погруженная в поток эмпирического бытия, мода при социализме принадлежала сфере «тактики» в значении, присвоенном этому понятию Мишелем де Серто (Certeau 1988). Тактика моды размывала грань между политикой и повседневностью — новым, особым способом.

Для представительниц социалистических стран интерес к смене стилей и модных тенденций играл второстепенную роль. Гораздо притягательнее была идея женственности сама по себе. Усваивая официальное представление о скромной и благопристойной элегантности как квинтэссенции хорошего вкуса, женщины на самом деле интуитивно восставали против него. Особую популярность увлечение модой приобрело среди молодежи. Выкройки, которые регулярно публиковались в приложениях к социалистическим модным журналам, демонстрировали динамику отношений между повседневными потребностями граждан и официальными идеологическими установками. Стиль предлагаемых потребителям нарядов, как правило, соответствовал традиционной эстетике, отвечавшей правилам «хорошего вкуса». И вместе с тем издатели время от времени совершали вылазки в параллельную реальность, публикуя выкройки последних западных моделей. Меняясь от сезона к сезону и демонстрируя тем самым связь с более динамичным типом культуры, эти публикации подспудно угрожали благополучию социалистической системы и являли собой уступку идеологическим тенденциям, связанным, хотя бы внешне, с модернизацией общества.

К радикальным изменениям, однако, социализм не был готов. Даже при наличии определенных внутренних подвижек (о которых и свидетельствовало существование феномена повседневной моды) государственная система сохраняла предельную замкнутость. Как и свойственно гегемонии, социализм до конца защищал свои идеологические и культурные ценности, отчаянно сопротивляясь пугающим его призракам. Так случилось, что одним из них стал эфемерный, постоянно меняющийся и никогда не находящий окончательного воплощения призрак моды.

ГЛАВА 1

Искусство vs технология: модные дилеммы молодого советского государства

В 1920-е годы культурная атмосфера советских городов представляла собой сложный конгломерат, сплавленный из произведений кубизма и футуризма, Баухауса, джаза, коммерции, кинофильмов и рекламы. Этим радикальным проявлениям западной культуры сопутствовали масштабные социальные перемены, инициированные большевистской революцией. Проблемы, волновавшие представителей западного искусства, — начиная с поиска новых принципов художественной репрезентации женского тела и заканчивая кризисом взаимоотношений субъекта и объекта — приобретали здесь особенно острый характер. В предельно идеологизированном и вместе с тем модернистском мире советского государства 1920-х годов мода являлась прекрасным индикатором постреволюционных утопических настроений. Отрицая моду как коммерческую и гендерно ориентированную практику, представители нового общественного строя лелеяли планы создания авангардных нарядов и возлагали большие надежды на непрактичный проект объединения традиционных ремесел с высокими технологиями. Развитие коммерции в период действия НЭПа позволило моде на некоторое (впрочем, недолгое) время отвоевать прежние позиции. Однако если женщины-нэпманши, идеологически чуждые большевистскому обществу, попросту копировали западные модные практики, то женщины-работницы стремились адаптировать их к новой реальности и приобретенному ими новому социальному положению. Стиль их нарядов представлял собой компромисс между большевистской утопией и противостоящей ей западной культурой.

Облачённые в крестьянские рубахи

На плакате с лозунгом «Под красный стяг в ряды с мужчиной! — Буржуазии страх несем!» отряд работниц и крестьянок, одетых в широкие черные юбки и длинные красные передники, угрожающе надвигается на одинокого буржуа.

Откормленный мужчина, обладатель объемистого живота и элегантного вечернего костюма, упал на землю, безуспешно пытаясь спастись от гнева пролетарских женщин. Их поистине выдающиеся формы: мускулистые руки, широкие плечи и бедра, высокая грудь — соединяют мощь воспетого Ницше сверхчеловека с дородностью русской крестьянки, синтезируя тем самым традицию и новацию. Женщин на плакате отличает друг от друга лишь манера повязывать платок: под подбородком (узнаваемый атрибут сельской жительницы) или на затылке (признак социально активной фабричной работницы). В остальном они похожи. Огромные тела облачены в широкие длинные крестьянские юбки. Подчеркнуто рельефная мускулатура и лица без малейших следов косметики символизируют физическую мощь, необходимую для разрушения старого мира и строительства нового (ил. 1.1).

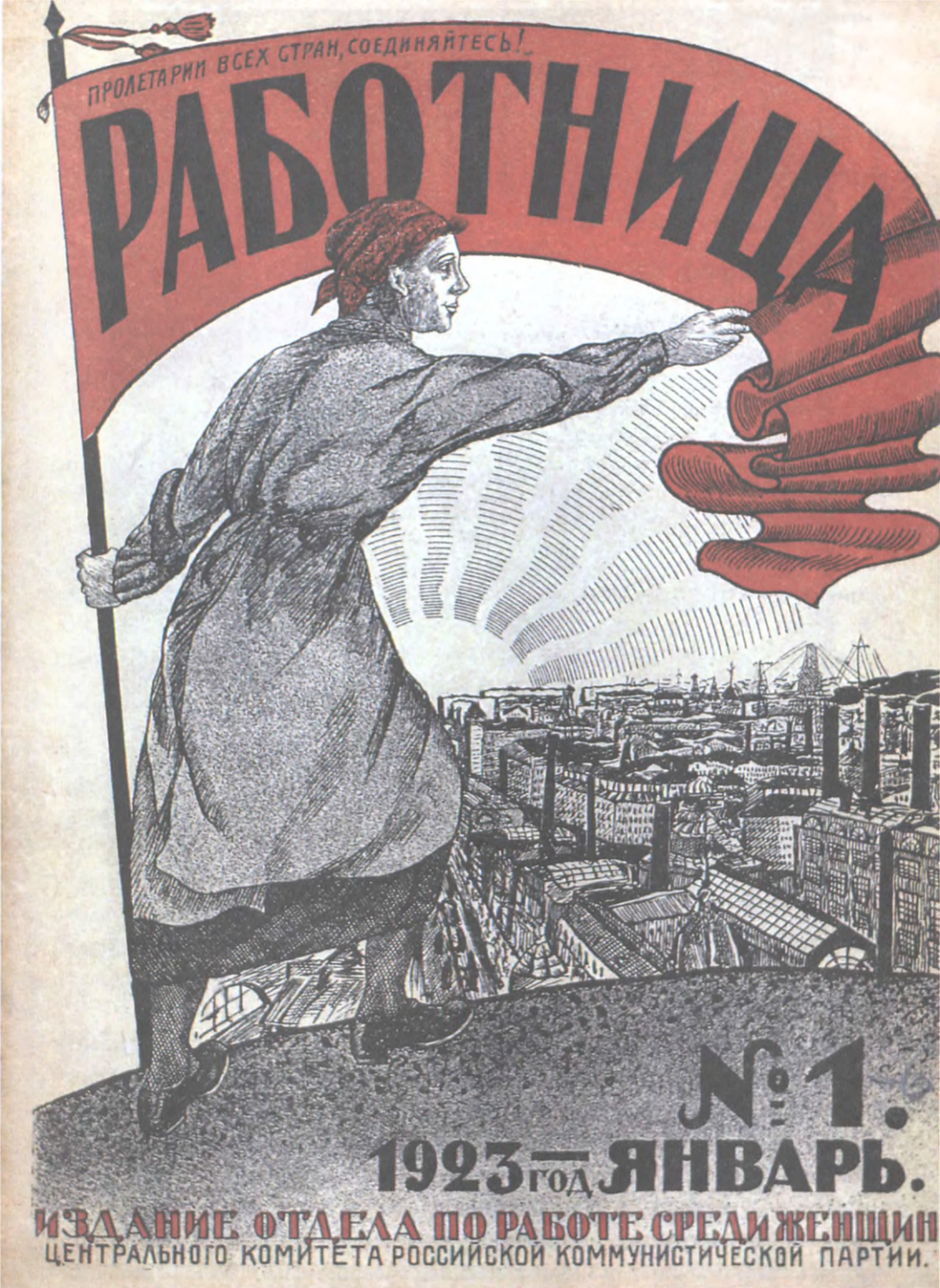
Большевики вынесли окончательный приговор прошлому. Они намеревались создать собственную, ранее не виданную реальность, обитателями которой должны были стать Новый мужчина и Новая женщина, сотворенные по образу и подобию ницшеанского сверхчеловека[1]. Их сильные, гармонично развитые тела символизировали власть человека над природой. Эта идея получила развитие и на капиталистическом Западе, и на социалистическом Востоке, однако истоки ее в каждом случае были различны. Речь идет о принадлежащих XIX веку концепциях Шарля Бодлера и Карла Маркса[2]. Бодлер утверждал, что природа вульгарна и платье, искусственно сотворенный объект, обладающий собственной эстетикой, помогает людям подняться над ней. Он воспел косметику, способную превращать грубое приземленное существо в прекрасное возвышенное создание. Мода для Бодлера являла собой символ неизменного стремления человечества преобразить и превзойти природу (Baudelaire 1964: 32–33). Именно это представление приобрело популярность на Западе. Истоком же прославляемого большевиками образа могучей, не нуждающейся в украшениях сверхженщины была созданная Марксом теория революционной практики, упразднявшая различия и противоречия между человеком и природой и между разными полами и, в свою очередь, опиравшаяся на представления культуры XVIII века о потерянном рае (ил. 1.2).

Дамам, пользующимся косметикой и следящим за прихотливыми изменениями модных тенденций, не было места в новом мире социализма. Дореволюционные периодические издания, посвященные моде, прекратили свое существование. В 1923 году под эгидой официальной коммунистической организации «Женотдел» вышел в свет первый большевистский журнал для женщин «Работница»[3]. Обложки всех номеров первого года выпуска оформлены одинаково: женщина-работница в красном платке держит знамя с начертанным на нем названием журнала; полотнище развевается над индустриальным городским ландшафтом, утыканным заводскими трубами. На протяжении



Ил. 1.1. Н. Валерьянов. Плакат «Под красный стяг, в ряды с мужчиной! — Буржуазии страх несем!». 1925

1920-х годов на обложках появлялись портреты передовых труженицы производства или картины на революционные темы. В журнале освещался широкий спектр проблем, соответствовавших предполагаемым интересам советской женщины: политика, наука, история, литература, организация труда. Вопросам моды и ухода за внешностью внимания не уделялось, это был атрибут отброшенного буржуазного наследия. Дородные женщины в длинных широких юбках на агитационных плакатах вытеснили распространенные до революции


ПРОЛЕТАРИИ ВСЕХ СТРАН, СОЕДИНЯЙТЕСЬ!
РАБОТНИЦА
№ 1.
1923 год ЯНВАРЬ.
ИЗДАНИЕ ОТДЕЛА ПО РАБОТЕ СРЕДИ ЖЕНЩИН
ЦЕНТРАЛЬНОГО КОМИТЕТА РОССИЙСКОЙ КОММУНИСТИЧЕСКОЙ ПАРТИИ.

изображения дам в стиле ар-нуво. И между тем, несмотря на все соответствие требованиям идеологии, образ могучей работницы или крестьянки плохо подходил для символической репрезентации нового, ориентированного на будущее государства и новой женщины, призванной его воплощать.

Модернистская одежда как вызов моде

Итак, массивные мускулистые женщины в крестьянском платье прочно заняли свое место на ранних советских агитационных плакатах и на иллюстрациях «Работницы». В то же время визуальный язык конструктивистов 1920-х годов, их представления о телесных формах и предпочтительных силуэтах одежды на удивление органично вписывались в художественную культуру капиталистического Запада. Ведущие представительницы конструктивизма Любовь Попова и Варвара Степанова работали в эстетике кубизма, базовые принципы которого — плоскость и геометрия — лежали в основе их дизайнерских разработок[4]. Костюм Актера № 5, созданный Поповой для пьесы Ф. Кроммелинка «Великодушный рогоносец» (The Magnanimous Cuckold 1821), поставленной в России в 1822 году, представлял собой кубистическую версию наряда работницы, изображенной на плакате «Под красный стяг в ряды с мужчиной! — Буржуазии страх несем!». Иными словами, и одежда, и пышное тело сверхженщины подверглись здесь своеобразной деконструкции. Подобные «геометрические» эскизы костюмов в тот же год создала и Варвара Степанова для пьесы «Смерть Тарелкина». Художницы, именовавшие свои творения «прозодеждой»[5], ориентировалась на функциональную эстетику конструктивизма и биомеханику — систему обучения актеров, разработанную Мейерхольдом. Прозодежда была не просто театральным костюмом: по замыслу Поповой, актеры должны были носить ее на репетициях и даже в повседневной жизни. Модели были с энтузиазмом восприняты критикой и публикой во время премьерных показов «Великодушного рогоносца» и «Смерти Тарелкина» в 1922 году. Владимир Масс утверждал, что современные эстеты от конструктивизма буквально очарованы прозодеждой: «Они разлюбили Бакста и полюбили проз-одежду, изменили Экстер и усиленно ухаживают за конструктивисткой Поповой» (Масс 1922: 8) (ил. 1.3, 1.4).

Степанова, однако, стремилась к большему. Сохраняя верность конструктивистской эстетике, она хотела перенести прозодежду из замкнутого театрального мира в повседневную жизнь. В программной статье «Костюм сегодняшнего дня — прозодежда», опубликованной в 1923 году в конструктивистском издании «ЛЕФ. Журнал левого фронта искусств», Степанова предсказывала

На с. слева: Ил. 1.2. Обложка журнала «Работница». 1923, № 1



Ил. 1.3. Любовь Попова. Эскиз костюма
для пьесы «Великодушный рогоносец». 1922

триумф новой моды, наделенной освобождающим потенциалом, и возносила хвалу простому стилю массовой одежды: «костюм из кустарных форм его производства должен перейти к индустриально-массовой выработке» (Степанова 1923: 65). По мысли Степановой, благодаря новой индустриальной моде отношения между продуктом и процессом его производства должны стать максимально прозрачными, открыв взору наблюдателя все тайны платья: «Обнажить способы шитья костюма, его застежки и пр<очее>, как все это ясно и на виду у машины. Нет больше глухих кустарных швов, есть индустриальная строчка швейной машины, что индустриализует изготовление костюма и лишает его тайн обаяния ручной индивидуальной работы портного» (Там же). Иллюстрациями к статье Степановой служили сделанные ею эскизы спортивной одежды, на которых и человеческое тело, и костюм отличались ярко выраженными геометрическими очертаниями (ил. 1.5)[6].

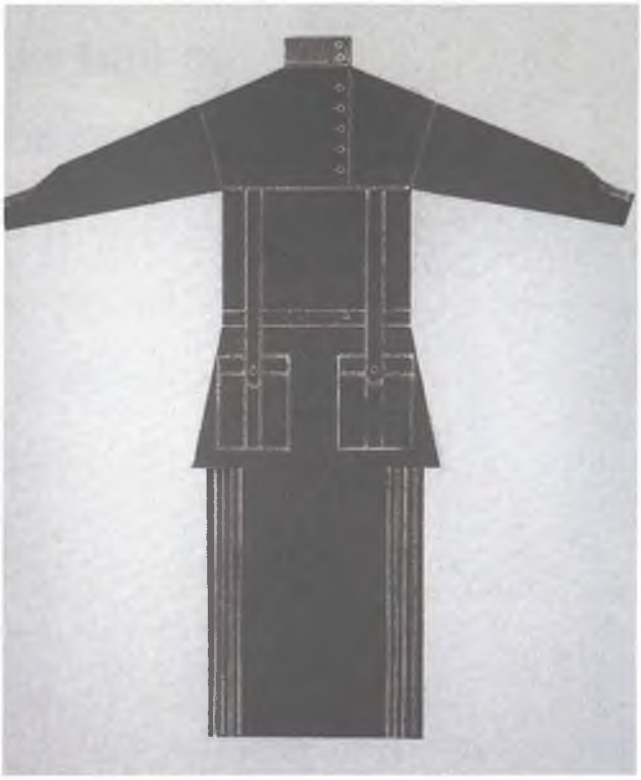




Ил. 1.4. Варвара Степанова. Эскиз костюма для пьесы «Смерть Тарелкина». 1922
Ил. 1.5. Варвара Степанова. Рисунок, сопровождающий ее статью о прозодежде. ЛЕФ. 1923, № 2

Модель женского костюма, выполненная Степановой в 1924 году, обнаруживает всю производственную подноготную одежды, реализуя обозначенные художницей эстетические принципы. Швы отчетливо выделяются на однотонной ткани, подчеркивая линию талии и квадраты больших карманов. Стилистическая лаконичность прозодежды позволяет сравнить ее с *tuta* — комбинезоном, созданным итальянским футуристом Тайатом в 1919 году, а также с модными западными нарядами, выполненными в стиле кубизма (ил. 1.6).

Русские конструктивисты, подобно своим западным коллегам, не боялись радикальных эстетических решений. Между тем, в отличие от европейских дизайнеров, работавших в сфере высокой моды и, несмотря на это, принимавших во внимание тенденции массовой индустрии, или от Тайата, украшавшего свои *tuta* изящной отделкой, конструктивисты открыто выступали против буржуазной культуры. В первом номере «ЛЕФа» убежденный сторонник и теоретик конструктивизма Сергей Третьяков подчеркивал, что «вопрос рационального костюма» нельзя решать в рамках и силами «модного журнала, диктующего массе волю капиталистов-мануфактуристов» (Третьяков 1923b: 202). В свою очередь, Степанова утверждала: «Мода, психологически отражавшая быт, привычки, эстетический вкус, уступает место одежде, организованной для работы в различных отраслях труда… которую можно показать только в процессе работы в ней. <…> Сегодняшний костюм надо смотреть в действии, вне его нет костюма, так же, как бессмысленна машина вне работы ею производимой



Ил. 1.6. Варвара Степанова. Эскиз костюма в стиле прозодежды. 1924

(Степанова 1923: 65). Несмотря на тесную связь с модернистской культурой, радикализм Степановой диктовался не эстетикой, а идеологией. Последняя же требовала тотального разрушения традиции бытования моды, включая устоявшиеся принципы производства, распределения и использования одежды. Объявляя, что «витрины магазинов с выставленными в них моделями костюмов на восковых манекенах становятся эстетическим пережитком», художница отказывалась видеть в одежде предмет потребления и настаивала на отказе от любых декоративных элементов: «Вся декоративная и украшающая сторона одежды уничтожается лозунгом: "удобство и целесообразность костюма для данной производственной функции"» (Там же).

С точки зрения конструктивистов, обольстительные вещи, создававшиеся западными дизайнерами, страдали отсутствием структурной чистоты и прозрачности. «Вот посмотри, — писал Александр Родченко, — сколько здесь вещей, которые снаружи украшены и холодно украшают Париж, а внутри как черные рабы, затая катастрофу, несут свой черный труд» (Родченко 1982: 96)[7]. Во время пребывания в Париже в 1925 году Родченко разочаровался в западной моде: эти платья было легко копировать и запускать в массовое про-

изводство, однако под видимой функциональностью покроя и «простотой» новых тканей (например, джерси) таились, как и прежде, изыск и роскошь. Родченко же грезил о принципиально новых отношениях субъекта и объекта, благодаря которым последний перестанет быть обычным товаром, предметом потребления, отчужденным продуктом эксплуататорского труда, а займет место «равного», «товарища», и «человек станет уметь смеяться и радоваться и разговаривать с вещами» (Там же: 95–96). Достичь этого, по мысли Родченко, было возможно лишь на «простом, здоровом» Востоке (Там же: 89). Иначе говоря, конструктивисты пытались по-своему разрешить кризис устоявшихся субъектно-объектных отношений, проявившийся сначала в кубистической деконструкции, а затем — в сюрреалистическом смещении. Они мечтали о синтезе искусства и индустрии, о радикально новых связях между личностью и повседневной реальностью.

В 1923 году Степанова и Попова начали работу в качестве дизайнеров текстиля на Первой ситценабивной фабрике[8] в Москве. Это событие с энтузиазмом было воспринято их коллегами-конструктивистами, которые видели в нем воплощение мечты о слиянии искусства с индустрией. Осип Брик в статье «От картины к ситцу» утверждал, что «неизбежное прикладничество» есть «результат оторванности художника от производства. — Не получая нужных экономических директив, он поневоле прибегает к эстетическим шаблонам». Брик надеялся, что Попова и Степанова сумеют изменить ситуацию, согласно которой «художник еще чужой на фабрике» (Брик 1924: 34). Художницы, однако, так и не получили возможности непосредственно участвовать в процессе производства[9]. Их радикальные дизайнерские решения не встречали понимания со стороны фабричной администрации, полагавшей, что пристрастие конструктивистов к геометрическим узорам, лишенным любых признаков ручной работы, свидетельствует об их недостаточном профессиональном уровне. Иными словами, руководители предприятия подозревали, что художницы прибегают к циркулю и линейке, поскольку просто не умеют рисовать. Выполненные в минималистском стиле эскизы, составленные из треугольников, прямоугольников и окружностей, казались заказчикам слишком непривычными и резко отличались от традиционных цветочных мотивов, поэтому дизайнеров просили адаптировать авангардные модели для широкой публики. Впрочем, замыслы конструктивистов в любом случае не удавалось адекватно реализовать из-за износа устаревшего заводского оборудования, нехватки сырья и дефицита красителей[10].

Некоторые из разработок Поповой и Степановой в конце концов поступили в производство, а затем и в магазины[11], однако остались практически не востребованы массовым покупателем. Западные дизайнеры-модернисты, напротив, нашли идеального потребителя в искушенных представителях

салонного общества, которые охотно покровительствовали парижским модельерам и проявляли живой интерес к авангардному искусству. Эргономичная, функциональная одежда сообщала богатым бездельникам облик свободных деловых людей[12]. В полном соответствии с принципом удовольствия модернистские модели выглядели изящно и эротично. Степанова, напротив, стремилась изгнать из своих работ 1923–1924 годов любой намек на женственность и сексуальность. Для художницы имели значение лишь категории функциональности и целесообразности. Изображаемое ею человеческое тело с квадратными плечами, сплошь состоящее из прямых линий и углов и облаченное в платье геометрического покроя, было принципиально пуританским.

Пролетарский аскетизм был тесно связан с бытовавшими в дореволюционной России утопическими представлениями. Так, еще в 1909 году Александр Богданов, один из ближайших соратников Ленина и основатель движения «Пролеткульт», описывал в романе «Красная звезда» проблемы строителей социалистического общества, связанные с осмыслением роли одежды как носителя социального и гендерного статуса и индикатора изменений[13]. Действие романа разворачивается на «красной звезде» Марс, цивилизация которой на три столетия старше земной. Производство одежды здесь централизовано. Марсиане используют передовые научные технологии, исключающие возможность потери материала и рабочего времени. При большом разнообразии моделей костюмы просты и лишены ненужных украшений. Свободный покрой скрывает особенности физического строения, обусловленные половыми различиями (Богданов 1929: 127–131). Иными словами, прогрессивные марсиане в буквальном смысле носят униформу в стиле унисекс.

Пуританские взгляды обусловливали негативное восприятие моды Александром Родченко, утверждавшим, что парижанки слишком «тонки», у них нет груди, а их наряды чересчур откровенны. По мнению Родченко, в этом виновата именно мода: она побуждает женщин копировать образы, навязанные им глянцевыми журналами (Родченко 1982: 95)[14]. В 1923 году Родченко высмеял их в серии модернистских иллюстраций к поэме Маяковского «Про это». Материалом для выполненных в сюрреалистическом стиле коллажей послужили вырезки из западных журналов — изображения вещей и обитателей мира «декаданса». С одной из картин смотрит возлюбленная Маяковского, Лиля Брик. Ее глаза густо подведены черной краской. Женщины-модницы в длинных вечерних платьях и экзотических шляпках сидят за столиками или танцуют танго со своими партнерами. Будучи сторонниками пролетарского аскетизма, Степанова и Родченко становились заложниками традиционного представления о женственности. Оно находило воплощение в образе пышно разряженной и ярко накрашенной «роковой красавицы», концентрированного субстрата всех зол капиталистической системы. По справедливому замечанию Хэла Фостера,



Ил. 1.7. Любовь Попова. Дизайн оформления витрины. 1924

«конструктивисты, не имевшие ни малейшего представления о психоанализе, рассматривали субъектно-объектные отношения в категориях, предполагающих доминирование политической воли над сексуальным желанием, средств производства — над процессами сигнификации» (Foster 1999: 251).

Любовь Попова, страстная поклонница джазовой музыки и бальных танцев, известная своим умением сохранять безупречный внешний облик в том числе и в повседневной жизни, придерживалась более свободных взглядов на моду и женственность. Она создала серию дизайнерских моделей на основе





Ил. 1.8. Любовь Попова. Эскиз костюма. 1924
Ил. 1.9. Модная картинка. Новости мод. 1924, № 3

силуэта платья-«хлопушки»[15]. Женщины, для которых они были предназначены, не обладали ни монументальными пролетарскими формами, ни мальчишеской фигурой, вошедшей в моду в 1920-е годы[16]. Не пытаясь кардинально изменить окружающую действительность, Попова стремилась примирить друг с другом ранее не сочетаемые элементы, синтезируя в едином образе тенденции западной моды, женственную прическу и косметику, кокетливую шапочку с помпоном, широкие плечи, сильное тело, тонкие кисти рук и ножки, обутые в остроносые туфли на высоком каблуке (ил. 1.7).

Кроме того, Попова признавала за модой право на сезонные изменения: на сделанном ею эскизе костюма, состоящего из длинного жакета геометрического покроя и узкой юбки, имеется надпись «Весна-лето 1924 год». Осознавая, какие ограничения накладывает на дизайнеров плачевное состояние советского производства, художница пометила также, что для пошива костюма предполагается использовать байку с обработкой под замшу (ил. 1.8).

Если Попова усваивала и адаптировала модные тенденции 1920-х годов, обусловленные изменением гендерных стереотипов на Западе и в Советском Союзе, Степанова и Родченко стремились полностью уничтожить моду как феномен, связанный с идеей неравенства и коммерцией. Используя современный-европейский визуальный лексикон, они конструировали образ угловатой и плоскогрудой Новой женщины, во всем равной мужчине, способной вы-

полнять любую работу и пускаться в любые авантюры. На Западе, однако, процесс формирования новой гендерной идентичности осуществлялся в тесном взаимодействии с развитием модной индустрии и потребительскими практиками[17]. Западная мода не утратила эротического начала, хотя и транслировала его новым, трансгрессивным способом. Несмотря на мальчишеские формы, женщины 1920-х годов по-прежнему выглядели ухоженными и сексуальными. Их анемичный облик и спортивное телосложение создавались искусственно с помощью разнообразных процедур: посещения косметических кабинетов, парикмахерских и теннисных кортов, умелого использования косметики и подбора модных нарядов. Совершенная женщина Степановой, напротив, представала исключительно рациональным бесполым созданием в облачении простой функциональной одежды. Впрочем, чистоте конструктивистского проекта угрожал не только внешний, но и внутренний противник. Речь идет о зарождающейся в описываемый период культуре НЭПа, представители которой не разделяли ни пролетарские ценности, ни революционные идеалы (ил. 1.9).

Возвращение западной моды

Мода вернулась в большевистскую Россию в 1921 году после вступления в силу новой экономической политики, возродившей институт частной собственности и способствовавшей развитию малого бизнеса, экономически более эффективного, чем государственные предприятия[18]. Для конструктивистов эти новации были в политическом и культурном отношениях неприемлемы. Наряду со статьей Степановой о прозодежде журнал «ЛЕФ» опубликовал выступление Третьякова «ЛЕФ и НЭП», направленное против происходящих в стране изменений. Перечислив предметы роскоши, постепенно вернувшиеся на полки магазинов, — от гастрономических деликатесов до сверкающих ювелирных украшений, мехов, шелковых тканей и фарфоровых статуэток, — автор с воинственным пылом объявил о намерении «ЛЕФа» продолжать революционную борьбу с тенденциями, противоречащими принципам нового общества (Третьяков 1923а: 70–71). И действительно, коммерческий дух НЭПа, витрины, заполненные разнообразными товарами, появление нового сословия обеспеченных людей — все это было чуждо конструктивистской картине мира. К перечисленным явлениям относилась и мода. В 1923 году вышел в свет первый постреволюционный модный журнал «Ателье». Это программное издание ставило своей задачей вернуть моду в Советский Союз, примирить традиционные практики обращения с одеждой и социалистическую реальность[19]. Демонстрация искусно выполненных моделей была неотъемлемой составляющей публикаций, посвященных истории танго или последним театральным постановкам, сценическим костюмам и актрисам, являющимся

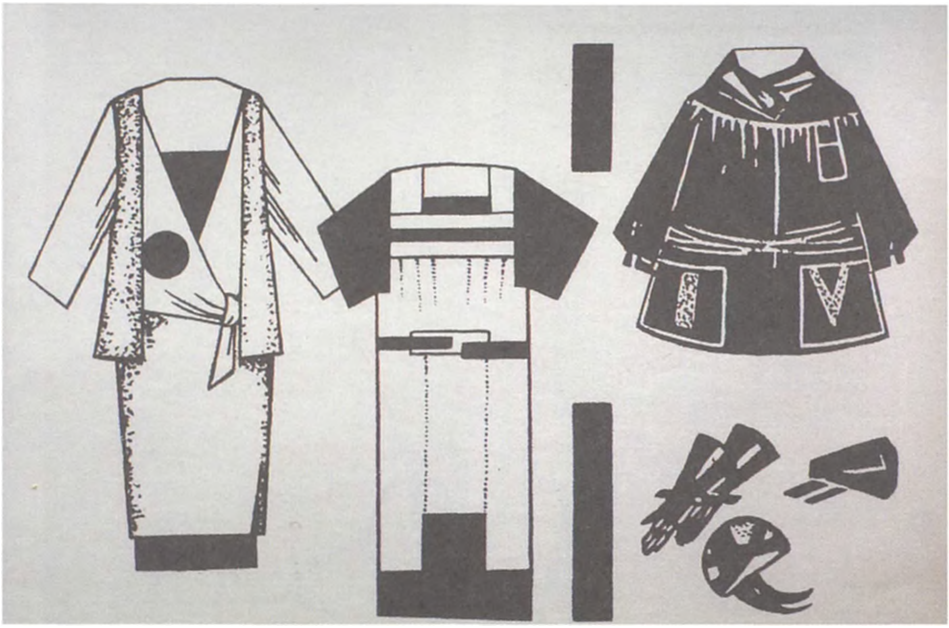


Ил. 1.10. Александра Экстер. Эскиз для обложки журнала «Ателье». 1923

публике в роскошных вечерних нарядах. Эти образы органично вписывались в оживленную полемику о современной одежде и об успехах отечественной текстильной индустрии. Публикуемые журналом модные картинки, фотографии, статьи свидетельствовали об осведомленности авторов в вопросах современной западной моды и европейского стиля жизни (ил. 1.10).

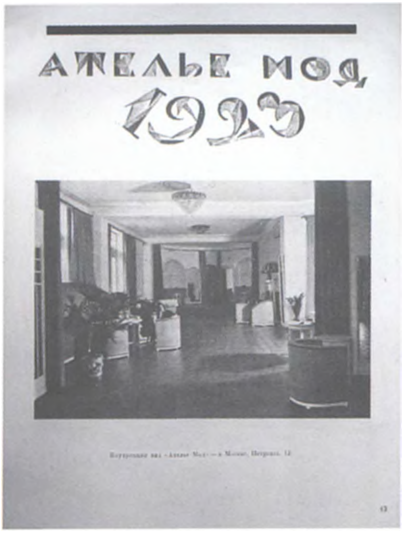
Несмотря на скромный тираж (всего две тысячи экземпляров), появление журнала имело важное символическое значение. Сотрудники издания, до революции входившие в русские художественные круги и активно участвовавшие в их деятельности, не одобряли большевистского антиисторического пафоса и конструктивистского отношения к одежде. Ряд публикаций «Ателье» был посвящен вопросам создания новой массовой социалистической моды, однако радикальная идея прозодежды вызывала у авторов серьезные возражения. Владимир фон Мекк, знаток истории моды и меценат, поддерживавший художников до революции, в статье «Костюм и революция» рассматривал прозодежду как амбициозный теоретический проект, не имеющий ничего общего с повседневной жизнью. По его мнению, подлинной революцией в сфере практик, связанных с одеждой, явились отказ нового городского пролетариата 1917–1918 годов от традиционного крестьянского платья и массовый интерес к тенденциям западной моды (фон Мекк 1923: 32).

• В число авторов журнала входила также Александра Экстер — художница и дизайнер театральных костюмов. Ее статья была посвященная созданию



Ил. 1.11. Александра Экстер. Эскиз платья. Красная нива. 1923, № 21

функциональной рабочей одежды массового производства. Подобно конструктивистам, Экстер признавала необходимость новаций в этой области: «Вопрос о новой форме одежды стоит на очереди дня. И так как в подавляющем большинстве у нас преобладает трудовой элемент, одежда должна быть приспособлена для трудящихся и для того вида работы, который в ней производится» (Экстер 1923a: 4). Вместе с тем идеи Экстер в значительной степени отличались от категоричных взглядов Степановой, создавшей концепцию прозодежды. Экстер утверждала: «Разрешение формы одежды вытекает из условий жизни: работы и отдыха. Надо иметь в виду целесообразную и экономную смену одежды, имеющую большое как гигиеническое, так и психологическое значение» (Там же: 5). Эскизы, опубликованные в 1923 году в журнале «Красная нива», свидетельствуют о том, что представления Экстер о повседневной одежде органично соединяли рационализм с любовью к украшениям. При этом ее разработки были подчеркнуто функциональны: благодаря добавлению или удалению тех или иных элементов одна и та же модель могла выполнять функции повседневного платья, рабочей одежды или вечернего туалета (Экстер 1923b). Будучи опытным художником по костюмам, Экстер выступала против свойственного прозодежде доминирования идеологии над функциональностью в современных театральных постановках. По ее словам, идеально подходящая актерам прозодежда, классическая балетная пачка, вошла в театральный обиход уже не одно столетие назад (Экстер 1923c) (ил. 1.11).





Ил. 1.12. Интерьер. Ателье мод. Ателье. 1923, № 1

Ил. 1.13. Александра Экстер. Эскиз платья. Ателье. 1923, № 1

Значительное число статей «Ателье» было посвящено современным западным модным тенденциям. Драматург Николай Евреинов, известный эксцентричными взглядами на театральное искусство, одобрительно отозвался о «парижском шике», который, по его мнению, позволял парижанкам выглядеть лучше жительниц Берлина или Петрограда. Как отмечал Евреинов, секрет заключался не в слепом следовании капризам моды, а в умении «носить платье» и красиво одеваться, используя наряды, уже имеющиеся в гардеробе (Евреинов 1923: 9). Публиковавшиеся в «Ателье» материалы, посвященные одежде, изобиловали множеством подробностей и точных деталей. Оригинальные дизайнерские разработки Александры Экстер, Евгении Прибыльской и Веры Мухиной представляли публике искусно выполненные костюмы и роскошные вечерние туалеты. Авторы не просто знакомили читателей с новыми модными тенденциями — они стремились реконструировать утраченный мир моды как таковой, пространство ее обитания, ее ритуалы. Утопичность этой программы была очевидна — неслучайно свет увидел всего один номер журнала. И все же в пестрой художественной атмосфере 1920-х годов появление этого издания сыграло значимую роль. Это была контратака на большевистскую идеологию, репрезентируемую посредством рационалистской конструктивистской эстетики. Представители мира дореволюционного художественного авангарда бросали



Ил. 1.14. Александра Экстер. Эскиз платья. Ателье. 1923, № 1

вызов конструктивистской мечте о создании индустриального модного стиля ценой отказа от всех традиционных практик, связанных с одеждой.

Журнал «Ателье» появился в период расцвета культуры НЭПа, так что эстетические амбиции его создателей имели и коммерческую подоплеку. Издание представляло собой печатный орган салона «Ателье мод», созданного на базе треста «Москвошвей» (Московского объединения предприятий швейной промышленности). Здесь разрабатывали модели одежды для массового производства и обслуживали частных клиентов. Как гласила реклама в журнале «Ателье», салон предоставлял покупателям «модели и элегантные туалеты, готовые и на заказ, а также костюмы для постановок кино и театров». Журнал гордо демонстрировал читателям роскошный интерьер расположенного в центре Москвы салона — с мебелью в стиле ар-деко, декоративными пальмами и хрустальными люстрами. Экстравагантность обстановки наглядно свидетельствовала о социальном статусе клиентов ателье: это были представители нового обеспеченного сословия, сложившегося во времена НЭПа (ил. 1.12).

Разрабатывая простые, функциональные, целесообразные модели одежды для массового производства, Экстер не отрицала и важной роли оригинальных нарядов, сшитых на заказ. Она полагала, что покрой, цветовая гамма и стиль одежды должны гармонировать с индивидуальными особенностями лично-

сти (Экстер 1923а: 5). Ее работы, представленные в «Ателье», связаны с двумя направлениями ар-деко. До революции Экстер активно участвовала в жизни европейского художественного сообщества, поддерживала дружеские связи с его ведущими представителями, такими как Гийом Аполлинер, Пабло Пикассо, Жорж Брак и Соня Делоне. Она также проявляла интерес к новым эстетическим концепциям, предполагающим, в частности, постепенный отказ от жесткой геометрии и приглушенных красок кубизма в пользу более ярких, изысканных и сложных форм ар-деко. Биограф Экстер Яков Тугендхольд утверждал, что «ее внутренний взор всегда был обращен на Запад» (Tugendkhol'd 1922: 6). Для состоятельных клиентов «Ателье мод» Экстер создавала модели многослойных нарядов из парчи, атласа и шелка с меховой и кожаной отделкой. Эти богато украшенные, сшитые по индивидуальному заказу платья не имели ничего общего с аскетическим индустриальным стилем. Для потребителей эпохи НЭПа конструктивистские платья и в самом деле являлись утопией (ил. 1.13, 1.14).

Впрочем, журнал демонстрировал публике и другие работы Экстер. Они обнаруживали ее увлечение кубизмом и были выполнены в авангардистской технике, присущей, по наблюдению Тугендхольда, театральным эскизам художницы: «Костюмы Экстер никогда не были "смоделированы" или "сшиты", они были сконструированы: выстроены из разных пластов, как сценические декорации» (Там же: 13). Яркие цвета и характерные силуэты платьев сближали их с костюмами, созданными Экстер для постановки «Ромео и Джульетты» (1921), а экстравагантность и футуристическая дерзость — с нарядами актеров в фильме «Аэлита» (1924). Правда, в последнем случае материалом для костюмов послужили алюминий, металлическая фольга, стекло и перспекс, тогда как платья, разработанные Экстер для «Ателье», должны были шиться из дорогих тканей и производить впечатление модной роскоши. Подобно западным модным картинкам в стиле ар-деко, эскизы Экстер сами по себе являлись произведением искусства. Опубликованный в журнале набросок с пометой «№ 1» заметно отличается от созданного на его основе платья. Выполненное в модернистском стиле, оно тем не менее лишено необычного дерзкого обаяния, которое излучает смелый, сияющий яркими красками эскиз (ил. 1.15).

Некоторые модели, представленные в «Ателье», обнаруживали связь с этнической традицией, приобретшей популярность в дореволюционной и современной художественной практике[20]. Ориентируясь на нее, еще один дизайнер Евгения Прибыльская постепенно заслужила статус эксперта в области народного искусства и начала использовать его мотивы в моделях, выполненных в западном стиле. Ее идеи, нашедшие отражение в статье «Вышивка в настоящем производстве», позволяют судить об элитарном подходе специалистов «Ателье» к одежде. Прибыльская признавала, что вышивка имеет очень ограниченную сферу применения: «ее положение определяет сам момент,







Ил. 1.15. Александра Экстер. Эскиз платья. Ателье. 1923, № 1
Ил. 1.16. Евгения Прибыльская. Эскиз рисунка ткани. Ателье. 1923, № 1
Ил. 1.17. Евгения Прибыльская. Модель платья. Ателье. 1923, № 1

который не допускает... производства многодельных и драгоценных вещей не утилитарного характера» (Прибыльская 1923: 7). И вместе с тем благодаря неприязни большевиков к западной моде с ее тягой к роскоши этнический стиль пользовался у них благосклонностью. Апелляция к народному искусству оправдывала сам факт использования украшений и орнаментов в изделиях, выполненных в новом социалистическом стиле: «Ввиду отсутствия новых образцов текстиля и крайне скудного выбора материалов — вышивка может послужить к частичной обработке ткани. Здесь она может иметь утилитарное

значение, повышая фактурную ценность ткани путем превращения ее в более художественный материал. Таким образом она может послужить к выработке желаемых образцов для будущего усовершенствованного текстиля» (Там же). Разумеется, нельзя было ожидать, что ручная вышивка улучшит качество массовой продукции. Традиционные этнические мотивы следовало модернизировать таким образом, чтобы они органично вписались в эстетику европейской одежды середины 1920-х годов (ил. 1.16, 1.17).

В эпоху НЭПа, которая продолжалась очень недолго, западная мода получила распространение в России. Фактически политическая власть оставалась в руках большевиков, а НЭП лишь модифицировал экономическую систему. Это способствовало двусмысленному положению моды в 1920-е годы. Журнал «Ателье», стремившийся примирить моду, социализм, прикладные искусства и отечественную индустрию, не выдерживал конкуренции с традиционными модными журналами. Исчезнув после революции, они теперь вновь появились на рынке. «Новости мод», «Последние моды: журнал для женщин» и «Журнал для хозяек» пользовались успехом у новых русских капиталистов, их жен и подруг. Представленные в них модели платьев-«хлопушек» буквально копировали актуальные западные тенденции (ил. 1.18). К журналам прилагались выкройки, так что женщины могли шить наряды сами, в домашних условиях, или пользоваться услугами частной портнихи. На иллюстрациях модные платья демонстрировались в сочетании с не менее актуальными шляпками «колокол» и остроносыми туфельками. Со страниц журналов на читательниц смотрели женщины с ярко подведенными глазами и накрашенными ногтями, облаченные в дорогие наряды и шелковое белье. Традиционные символы буржуазной пошлости — косметика, лак для ногтей, женственные платья и ювелирные украшения — угрожали осквернить целомудренное тело пролетариата (ил. 1.19).

Коммерческая реклама, появлявшаяся в модных изданиях, также способствовала созданию негативного образа нэпманши — алчной и неразборчивой потребительницы предметов роскоши: мехов, косметики, духов, модных аксессуаров и нарядов. Женщина, питающая пристрастие к уже, казалось бы, ушедшему в прошлое стилю жизни, стала для большевиков воплощением классового врага. Мода отторгалась ими не только потому, что составляла принадлежность традиционного, предназначенного на слом мира, но и потому, что принадлежала сфере «сделанного», искусственно созданного. Она противостояла новому, чистому социалистическому обществу на онтологическом уровне, противоречила самой его сущности. Именно поэтому тема моды и женственности приобрела идеологический и политический характер. Иллюстрацией тому служит плакат 1920-х годов, целью которого является борьба с проституцией. На нем молодая работница в простой одежде, с повязанным на голове красным платком, подняв левую руку и держа в правой красный стоп-сигнал,







Ил. 1.18. Обложка журнала «Последние моды: журнал для женщин». 1928, № 7
Ил. 1.19. Эскизы моделей нижнего белья. Последние моды: журнал для женщин. 1928, № 5
Ил. 1.20. Плакат против проституции «Стой!». 1920-е

преграждает путь женщине в узком вечернем платье и широкополой шляпе, отделанной перьями. Щеки женщины ярко нарумянены, с алых губ небрежно свисает сигарета. На заднем плане — сияющий фонарями городской пейзаж, разодетые дамы непристойно флиртуют с сопровождающими их мужчинами. Таким образом, модное платье и косметика идентифицируются с проституцией и расцениваются как серьезная угроза благополучию социума, а женственность квалифицируется как атрибут Другого (ил. 1.20).

Сказанное выше объясняет ужас Сергея Третьякова, узревшего в 1927 году на экране синематографа «патентованных красавиц… с атласной кожей, маленькой ножкой, аристократической рукой, узкой костью, благородным профилем, породистым ртом» (Третьяков 1927: 29). По его мнению, женщина, которая выглядит подобным образом, превращается в постельную принадлежность. Обладательница маленьких ножек, нежных рук и изящных форм не просто не может трудиться на заводе или быть товарищем мужчине. Она — враг,

«именно то "нежное создание", к которому убегают от собственной корявой, усталой, курносой, узкоглазой, скуластой» (Там же). Все это хорошо иллюстрирует принцип формирования гендерных стереотипов посредством слияния тех или иных культурных символов с категорией пола. Оказывается, что лишь обладающая монументальными формами женщина может стать хорошим работником и верным другом. Изящество же является атрибутом классового врага, признаком эротизма и декаданса.

В 1923 году Александра Коллонтай опубликовала повесть «Василиса Малыгина». В это время последствия НЭПа стали особенно заметны. Пробились и набрали силу ростки капиталистической экономики, начал формироваться класс новой буржуазии[21]. В романе муж героини, работницы Василисы, уходит к легкомысленной моднице Нине Константиновне, которая, по словам подруги главной героини, Лизы, исключительно хороша собой: «Красавица — писаная. А уж рядится как! Вся в шелку. И все около нее кавалеры увиваются. Ухаживатели» (Коллонтай 1927: 139–140)[22]. Желая взглянуть на соперницу, Василиса отправляется в парк, где обычно гуляет Нина Константиновна со своими ухажерами: «Так вот она какая! Белое платье, легкое, все тело мягкими складками окутало. Груди округло под платьем обрисовываются. На руках длинные желтопесочные перчатки и шляпа такого же цвета, на глаза надвинута. Лица не разобрать Васе. Только губы видны — яркие, будто кровью смазаны.

— Какие губы-то у ней кровавые!

— Это от краски, — поясняет Марья Семеновна. — И глаза — вы бы поглядели — что сажей смазаны. Так бы мочалку взяла да всю нечисть с лица бы смыла. Какова бы тогда была, поглядели бы!» (Там же: 181).

Василиса, напротив, не умеет пользоваться косметикой и не разбирается в моде. Она неодобрительно отзывается о жене одного из гостей мужа: «расфуфыренная, словно девица с улицы. Платье воздушное, белые туфельки, мех на плечах наброшен, на пальцах кольца играют» (Там же: 86). Поступок героя — не только любовная, но и политическая измена. Василиса по-прежнему верна идеалам революции. Владимир же превращается в нэпмана, настолько беспринципного, что друзья дают ему прозвище «американец». Соперница Василисы, кокетливая и женственная Нина Константиновна, служит воплощением реакционных сил, угрожающих Новой женщине и делу большевиков в целом. Примечательно, что, несмотря на это, официальная пропаганда в итоге усвоила модернистский образ женщины. Новый гермафродитизм больше не имел ничего общего с брутальностью ницшеанского сверхчеловека. Героиня Коллонтай Василиса — худая, бледная и плоскогрудая. У нее, как и у соперницы, мальчишеская фигура, вошедшая в моду в 1920-е годы. Отличие лишь в том, что нэпманша пытается приукрасить свое хорошо ухоженное, стройное тело, тогда как тело Василисы пребывает в небрежении. Хотя героиня и презирает дорогие



Ил. 1.21. А. Зеленский. Реклама Донской государственной табачной фабрики. 1927

наряды, ее визуальный образ скроен по тому же лекалу, что и облик ее противницы: они обе соответствуют искаженному модернистскому представлению о красоте, уподобляющему женскую фигуру юношеской.

Культура НЭПа служила большевикам напоминанием о худших проявлениях капиталистического образа жизни, в условиях которого женское тело являлось объектом потребления и средством получения удовольствия. В описываемый период времени существовало два варианта изображения модницы. В карикатурах, публиковавшихся в большевистских изданиях, она представала расфуфыренной, безвкусно одетой дамой из среды нуворишей, а в рекламных объявлениях и на страницах модных журналов — стройной, ухоженной и лощеной красавицей. Таким образом, мода на визуальном уровне репрезентировала идеологический раскол советского общества второй половины 1920-х годов. Этот раскол имел и гендерную природу: экономические проблемы большевиков находили выражение в неприязни к нэпману-мужчине, тогда как роль нравственного и сексуального раздражителя отводилась его жене или любовнице, одетой по последней моде[23].

На плакате с логотипом Донской государственной табачной фабрики (1927) изображен ряд потребителей рекламируемой продукции. Идентификатором их социального статуса является одежда. Взору наблюдателя предстают

солдат Красной армии, рабочий, интеллигент, дама, принадлежащая среднему сословию, крестьянин, а также мужчина в сюртуке и цилиндре в сопровождении экстравагантной дамы-нэпманши в длинном платье и просторном пальто, отделанном белым мехом (ил. 1.21). Каждая из фигур представляет собой специфический, легко узнаваемый социальный тип, но лишь нэпманша одета по последней моде. Вызывающая роскошь ее наряда не только заключает в себе идеологическое послание, но и демонстрирует характер подспудно осознаваемой большевиками онтологической проблемы, связанной с модой. Ориентированная на актуальный современный западный стиль, одежда представителей культуры НЭПа на деле возвращала ее владельцев в прошлое — то прошлое, в котором мода играла значимую роль и постоянно менялась. Большевики же стремились изгнать из своей утопии и прошлое, и будущее. Именно поэтому ренессанс моды, спровоцированный НЭПом, вызывал у них такое беспокойство.

Художественный прототип

В середине 1920-х годов конструктивисты утратили былое политическое влияние. Их идеи не были реализованы, а утопическая мода, о которой они мечтали, так и не стала частью повседневной жизни. Существовали, однако, и другие проекты, вплоть до конца 1920-х годов поддерживаемые Анатолием Луначарским, народным комиссаром просвещения. Их инициаторы пытались создать новую социалистическую моду путем утопического слияния возможностей отсталой текстильной промышленности с дизайном в стиле от-кутюр. Следствием этого немыслимого союза стало появление уникальных изделий, пошитых и украшенных вручную, — настоящих произведений искусства. В 1928 году в статье «Культурная революция и искусство» Луначарский упомянул о трех разновидностях одежды: прозодежда, спортодежда и специальная праздничная одежда. Первые две категории были ранее описаны Степановой. К ним относились соответственно рабочая и спортивная одежда, для производства которой, как подчеркивал Луначарский, требовались инженерно-технические знания и навыки. Между тем пошив одежды третьей категории осуществлялся вручную и, по мнению Луначарского, оставлял простор для творчества. Создание праздничных нарядов предполагало тесное сотрудничество модельеров, портных и модисток. Наряды должны были играть яркими красками и обладать высоким качеством, доступным в новом мире всем, а не только буржуазии (Луначарский 1928а: 5–12). Хотя подобный проект не имел ничего общего с идеями конструктивизма, он, несомненно, был в той же степени утопичен.

К 1928 году Степанова перенесла свои большевистские беспокойства по поводу модной одежды на роль дизайнера. Она возражала против западной

практики создания индивидуальных, оригинальных моделей, доступных лишь ограниченному кругу потребителей, или экстравагантных туалетов, которые предназначались всего на один выход, так что их даже не шили, а просто скалывали булавками. По мнению Степановой, проблема таких костюмов заключалась в том, что они создавались не рабочими, а художниками. Кроме того, она выступала против жутких, на ее взгляд, попыток украшать рисунком из цветов или полосок красиво выполненный трикотаж — практики, распространенной, по словам автора, на Западе (Stepanova 1998: 191–192). Между тем осуждаемые Степановой эксклюзивность и декоративность отнюдь не чужды советскому костюму.

Хотя Луначарский, обладавший значительным политическим влиянием, поддерживал авангардистские идеи конструктивистов о слиянии искусства и промышленности, он никогда не осуждал декоративную эстетику. Художественно-производственный подотдел Отдела изобразительных искусств (ИЗО) Наркомпроса поощрял поиск нового модного образа, предполагавший среди прочего обращение к народному искусству, использование орнаментов и украшений[24]. Различие между строгостью модернизма и легкомыслием ар-деко отражало базовые онтологические расхождения конструктивистов и приверженцев социалистического художественного стиля в одежде. Если первые отрицали моду как исторический феномен, то вторые стремились пересоздать ее, сохранив связь с традицией и очистив от устоявшихся эксплуататорских и коммерческих практик.

Правительственный кутюрье: Надежда Ламанова

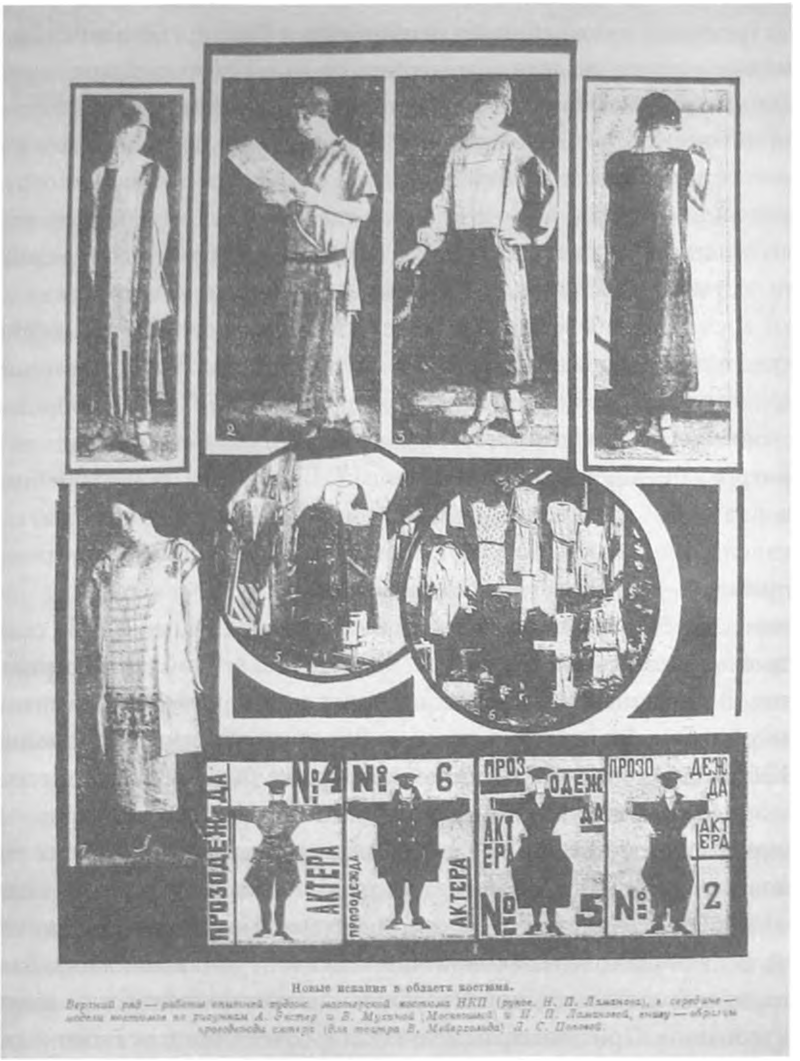
Душой государственного проекта создания социалистической моды стала Надежда Ламанова. До революции она была известным модельером. В отличие от конструктивистов — таких, как Степанова, автор нашумевших программных статей, или Попова, чьи совершенные в художественном отношении эскизы так и остались на бумаге, — Ламанова создавала изящные наряды из дорогих тканей. Ее талант был высоко оценен большевиками. С середины 1920-х годов стало очевидно, что социалистическое государство неспособно наладить производство качественной одежды. Поэтому эксклюзивные модели Ламановой, получив правительственную поддержку, начали играть роль идеальных прототипов изделий социалистической моды.

Модный салон Ламановой появился в Москве в 1885 году. К 1910-м годам на нее работало две сотни швей. Салон торговал дорогой модной одеждой для искушенной и богатой клиентуры, состоявшей из представителей дворянства и знаменитых актрис. Он располагался на Тверском бульваре и содержал среди прочего роскошно декорированный амфитеатр для модных показов. В 1911 году

здесь демонстрировалась коллекция посетившего Москву Поля Пуаре. После революции Ламанова была объявлена врагом народа и арестована, но получила свободу благодаря заступничеству писателя Максима Горького[25]. Лишившись своего предприятия, Ламанова продолжала шить платья частным образом для богемной клиентуры и представителей новой кремлевской элиты. Прежде, в 1890-е и 1910-е годы, она использовала для работы лучшие ткани: шелк, шифон, тюль, атлас — и расшивала платья блестками и бисером. 1920-е годы не отличались изобилием, однако Ламанова, используя возможности экономики НЭПа, по-прежнему умудрялась доставать машинное кружево и шелк, украшать свои наряды бисерной вышивкой и шелковыми лентами.

Занимаясь подпольной частной практикой, Ламанова одновременно делала карьеру в мире социалистической моды, используя возможности образовавшихся после революции образовательных и творческих институтов. Выступая на Первой Всероссийской конференции по художественной промышленности в августе 1919 года, Ламанова, развивая актуальную в то время мысль о слиянии искусства с индустрией, подчеркивала особую роль моды в реализации этой идеи. Она утверждала, что именно производство одежды дает искусству возможность органично влиться в повседневную жизнь, и призывала художников создавать модели красивых нарядов на основе простых материалов, соответствующих новому индустриальному стилю жизни[26]. В том же году Ламанова возглавила «Мастерскую современного костюма», которая курировалась художественно-производственным подотделом ИЗО и занималась разработкой и передачей в производство моделей новой социалистической одежды. Будучи профессиональным дизайнером, Ламанова, в отличие от конструктивистов, смотрела на реальность с практической точки зрения. Со временем она научилась соответствовать вкусам своих клиентов — как чиновников государственного аппарата, так и эксцентричных театральных актрис. В духе новых веяний ее концепция социалистической одежды не подразумевала связи с модной традицией. Она не использовала даже само слово «мода». Единственное, что осталось прежним, — это концепт «красивого платья». В отличие от приверженцев левых взглядов, начиная с конструктивистов и заканчивая Экстер и Луначарским, Ламанова никогда не упоминала о прозодежде. Она предпочитала говорить просто об «одежде» или о «костюме» — то есть о вещах, лишенных ярко выраженной идеологической коннотации. Профессиональные знания и навыки Ламановой, а также ее готовность отказаться от представления о моде как о живом, меняющемся от сезона к сезону феномене, легли в основу ее успешного взаимодействия с государством в сфере модной индустрии.

Работая над усовершенствованием концепции «красивого платья», Ламанова свела силуэт костюма к простому прямоугольнику. Она подчеркивала, что покрой одежды должен соответствовать используемым для ее изготовления



Ил. 1.22. Советская культура: итоги и перспективы. 1924.
Первый ряд: модели Надежды Ламановой; второй ряд: слева и справа — работы Надежды Ламановой, в середине — Александры Экстер и Веры Мухиной; третий ряд: образцы прозодежды актеров работы Любови Поповой для пьесы «Великодушный рогоносец»

скромным материалам. Если Степанова и Попова, создававшие эскизы «плоских» нарядов, опирались на художественные принципы кубизма, Ламанова ориентировалась скорее на его адаптированный вариант, нашедший отражение в эстетике европейской моды начала 1920-х годов. Храня верность своей профессии, предполагающей способность чутко реагировать на изменения, Ламанова упростила покрой излюбленного ею ранее платья-бюстье в стиле Belle Epoque, отдав предпочтение удлиненному силуэту моделей 1920-х годов (ил. 1.22).

Настроенные враждебно по отношению к Западу, большевики тем не менее первоначально разделяли модернистскую тягу европейского мира к изменениям. Разработки Ламановой были в этом отношении весьма кстати: они позволяли сочетать мечты о создании функциональной одежды с планами запуска ее в индустриальное производство. Стремясь соответствовать официальной линии, Ламанова подчинялась идеологическому диктату эпохи. Ее простые, лишенные украшений модели, созданные на базе «Мастерской современного костюма» в 1922 году, соответствовали эстетике конструктивизма. В то же самое время Эмилий Миндлин приветствовал возрождение традиционного стиля крестьянской рубахи-«толстовки», который представлялся ему воплощением «космической» архитектоники, примиряющей две противоборствующие линии: горизонталь с вертикалью. Идеальную модель подобного стиля Миндлин усматривал в конструкции Парфенона (Миндлин 1922: 10–11). Ламановой удалось перевести эти идеи на язык стильной, актуальной одежды, успешно сочетающей в себе мотивы конструктивизма и европейские модные решения и, самое главное, — пригодной для реальной жизни.

Благодаря странной гримасе судьбы Ламанова вернула себе статус кутюрье высшего класса — на этот раз, однако, под эгидой комиссариата просвещения. В середине 1920-х годов, в рамках государственной кампании, направленной против ориентированной на Запад и тяготеющей к роскоши эстетики НЭПа, Ламанова, при активной поддержке Луначарского, выступила с новой концепцией платья — одновременно «красивого» и «украшенного». Реформируя советскую моду, она действовала мудро. Ее наряды с их простым удлиненным силуэтом, декорированные традиционной этнической вышивкой, представляли собой умело разработанные вариации современных западных моделей. В отличие от Степановой, полностью отрицавшей моду, Ламанова пыталась преобразовать ее, приспособить к новым политическим и экономическим условиям. Простые прямые платья в сочетании с искусно и скромно вышитыми туниками смотрелись строго и элегантно. Применение народного орнамента в качестве украшения не только не бросало вызов господствующей идеологии, но, напротив, позволяло властям использовать модели Ламановой в репрезентативных целях. Красивые, функциональные, сшитые вручную платья неизменно демонстрировались на отечественных и зарубежных показах, воплощая собой идеальный образ социалистической моды.

Производство эксклюзивных высококачественных моделей в условиях катастрофического экономического спада плохо сочеталось с декларируемой большевиками идеей всеобщего равенства. Оправданием этому служила утопическая надежда на то, что скоро эти платья поступят в массовое производство и будут доступны каждому. На Западе судьба дорогостоящих элитарных нарядов в стиле ар-деко складывалась иначе. В отличие от советских художников,

вкладывавших все силы в разработку уникальных моделей, ведущие западные дизайнеры, напротив, адаптировали свои изделия к условиям промышленного производства, отказываясь от творческих амбиций. Исследуя связи между современным искусством и модой, Нэнси Дж. Трой упоминает о характерном феномене Поля Пуаре, который стремился остаться художником и в то же время сделать карьеру успешного бизнесмена. Приобретя известность как создатель экстравагантных авторских моделей платьев и театральных костюмов, он продавал упрощенные версии своих работ американским потребителям среднего класса (Troy 2003).

Надежда Ламанова, пользуясь идеологической поддержкой Комиссариата просвещения, заняла принципиально противоположную позицию. Она и ее коллеги создали для себя замкнутую творческую нишу, работая в экспериментальных мастерских, существующих в рамках государственных художественных институтов или новых промышленных предприятий. Число художников, входивших в описываемую группу, было очень невелико, так что одни и те же люди так или иначе принимали участие во всех значимых дизайнерских проектах. Ламанова, Экстер, Мухина и Прибыльская активно участвовали в работе художественных и текстильных лабораторий Государственной академии художественных наук и «Ателье мод» Московского объединения предприятий швейной промышленности. Они также представляли «Ателье мод» на Первой всероссийской художественно-промышленной выставке, состоявшейся в 1923 году в Москве и организованной художественно-производственным подотделом Народного комиссариата просвещения и Государственной академией художественных наук. Их коллекция получила исключительно высокую оценку: «Комитет этой выставки, заседавший при Российской академии художественных наук — в Москве, — присудил Ателье мод — аттестат первой степени за: а) удачные красочные и силуэтные достижения, за обнаруженное в выставленных моделях тонкое понимание взаимоотношений между живой фигурой, материалом и художественной формой; б) за привлечение высококвалифицированных художественных сил к делу поисков нового современного костюма»[27].

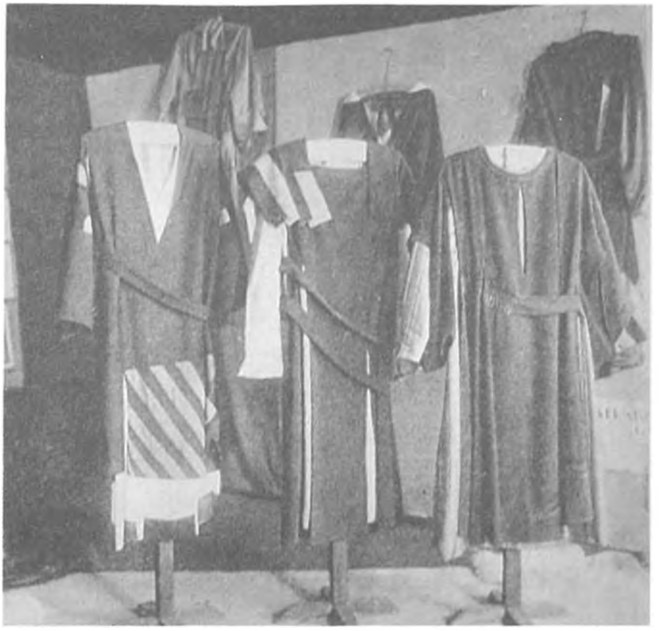
В отклике на выставку Яков Тугендхольд подчеркнул право пролетариата носить красивую и функциональную одежду и выступил с критикой декларировавшейся в «ЛЕФе» позиции конструктивистов, «механизировавших» эстетические потребности трудящихся (Тугендхольд 1923: 105–106). Его точка зрения соответствовала распространенному на тот момент представлению о конструктивистах, чей разрыв с художественной и кустарной традицией теперь расценивался как излишне категоричный. Выставочные работы дизайнеров «Ателье мод» свидетельствовали о продуктивности иного эстетического подхода. Экстер и Мухина представили функциональные ансамбли, украшенные



Ил. 1.23. Демонстрация моделей Надежды Ламановой (вверху) и Александры Экстер и Веры Мухиной (на с. справа) на Первой всероссийской художественно-промышленной выставке. Русское искусство. 1923, № 2–3

геометрическими узорами из полос контрастных цветов, а Ламанова и Прибыльская — костюмы, состоявшие из платья и жакета или туники в сочетании с плиссированной юбкой. Их модели отличались простым удлиненным силуэтом и были декорированы ручной вышивкой. Тугендхольд отметил яркие цвета ансамблей, разработанных Экстер и Мухиной для треста «Москвошвей» (Там же: 104), однако его горячие симпатии были на стороне Ламановой, чьи модели, украшенные удачно адаптированными к современному стилю народными орнаментами, отвечали задаче создания актуальной демократической моды (Там же: 107) (ил. 1.23).

Новая социалистическая модная эстетика подразумевала достижение компромисса между модернизмом и народностью, современностью и традицией. Этот симбиоз не представлял опасности с идеологической точки зрения. Размышляя о новых взаимоотношениях между искусством и промышленностью, влиятельный художественный критик Давид Аркин, член Государственной академии художественных наук, подчеркивал, что современные русские художники не рассматривают индустрию как чуждое или враждебное явление, но, напротив, с пониманием относятся к ее техническим принципам. Студенты новых художественных школ учатся видеть мир одновременно и с эстетической, и с научной точки зрения. Советский художник никогда не будет заниматься просто прикладным искусством, не станет обычным *деко-*



ратором (Аркин 1925: 43–47). Иллюстрациями к статье Аркина в советском официальном каталоге парижской Международной выставки декоративного искусства 1925 года служили фотографии моделей Ламановой, выполненных в этническом стиле. Созданный на его основе абстрактный рисунок покрывал бóльшую часть поверхности ткани. Эти работы наглядно демонстрировали, насколько двусмысленны были отношения большевиков с модой. Идеологические ограничения и отчаянное положение советской текстильной индустрии привели к тому, что культурное пространство, в нормальной ситуации отведенное повседневной моде, заняли эксклюзивные наряды, демонстрируемые на официальных показах. Мечта о том, что эти уникальные модели вскоре войдут в число общедоступных потребительских товаров, не имела ничего общего с реальностью.

Художественные модели на выставке декоративных искусств в Париже в 1925 году

Работы Ламановой вошли в состав коллекции изделий русского народного творчества, демонстрировавшейся на парижской Международной выставке декоративного искусства в 1925 году. Они располагались в павильоне № 59, между резными деревянными игрушками, вышитыми подушками, образцами народного костюма, расписными балалайками, шкатулками, изделиями из лакированного дерева и керамики, тряпичными куклами[28]. П. Коган, отвечавший за организацию советского павильона и выступавший от имени престижной





Государственной академии художественных наук, объявлял в предисловии к выставочному каталогу: «В нашей коллекции вы не найдете ни роскошной мебели, ни дорогих тканей. Наши посетители не увидят в Grand Palais ни мехов, ни бриллиантов» (Kogan 1925: 7). Вместо этого, отмечал Коган, они смогут познакомиться с подлинными образцами русского народного искусства, обретшего новую жизнь в работах, посвященных революционной тематике (Ibid.: 6).

Официально модели Ламановой, разработанные при содействии коллег (Прибыльской, Мухиной, Экстер и Надежды Макаровой), представляли собой продукцию московского отделения акционерного общества «Москуст». Платья, сшитые в западном стиле, искусно декорированные этническим орнаментом, заметно отличались от традиционных народных костюмов и разрушали концептуальное единство советской коллекции. Большинство экспонатов действительно представляли собой слегка видоизмененные произведения традиционных народных ремесел. Модели Ламановой выделялись на их фоне. Пытаясь разработать новый социалистический стиль, она бросала вызов и западной моде,



Ил. 1.24. Надежда Ламанова. Модели платьев. Выставочный каталог L'art décoratif et industriel de l'U.R.S.S. 1925

и русскому этническому искусству. Еще до выставки Ламанова и ее коллеги использовали народный орнамент для отделки нарядов, сшитых в европейском стиле. Узоры, специально для этой цели разработанные Мухиной и Макаровой, были предельно просты и идеально сочетались со строгим силуэтом платьев. Вместе с моделями демонстрировались аксессуары: шляпы, сумочки, украшения из необычных материалов, включая шнур, веревку, солому, деревянные бусины, гальку и даже хлебный мякиш. Эти подчеркнуто стильные изделия ручной работы, как и сами платья, отвечали современным модным тенденциям, однако расходились с традиционным представлением о роскоши, ассоциирующейся с драгоценными камнями, изделиями из меха, перьев и дорогой кожи (ил. 1.24).

Шикарные модели, представленные 75 модными домами Франции, создавали идеальный образ Парижа 1925 года: блестящего, элегантного, чувственного и женственного. Выбор, сделанный французами, приветствовался далеко не всеми, и жаркие споры о концепции парижской Международной выставки декоративных искусств развернулись уже на стадии ее подготовки. Однако

лишь Советский Союз открыто выступил против буржуазной роскоши в защиту индустриального искусства, ориентированного на массового потребителя. Несмотря на это, послание, которое несла посетителям выставки советская коллекция, было явно противоречиво. Пропагандируя и предсказывая расцвет художественной промышленности, Советы демонстрировали зрителям кустарные изделия в традиционном народном стиле. Единственной новацией являлось использование в декоративном искусстве революционной тематики. В коллекцию входили также образцы набивного бархата работы Людмилы Маяковской и конструктивистского текстиля Поповой, Степановой и Сергея Бурылина: все эти ткани были выпущены в небольшом количестве в дополнение к моделям Ламановой и не подлежали массовому производству. Несмотря на идеологические амбиции, координаторы советской секции были заинтересованы в развитии экспортной торговли, а потому включили в коллекцию дорогие меха и другие предметы роскоши[29]. Поскольку Советский Союз демонстративно отрицал моду, работы Ламановой были выставлены в секции народного творчества.

Однако и в этих условиях ее модели слишком явно диссонировали с роскошными изделиями французских модных домов. Костюмы Ламановой были выполнены в лаконичном модернистском стиле, который обладал гораздо меньшей притягательностью, чем сформированный западной культурой экзотический образ России. Кроме того, эти работы были оригинальны, а Париж привык воспринимать русское национальное наследие в европеизированном переводе. В конечном счете, театральные костюмы работы Льва Бакста и Натальи Гончаровой, использовавшиеся в постановках «Русских балетов» Дягилева, имели успех во многом именно потому, что соответствовали образу экзотической, ориентальной и необузданной России, выполняющей по отношению к Западу функцию Другого. В освещавшей выставку французской прессе о моделях Ламановой не было сказано ни слова. Похвалы удостоились лишь основные рекламодатели, французские дома высокой моды. Даже в официальном издании Encyclopédie des arts décoratifs et industriels modernes au XXème siècle, в томе, посвященном одежде и модному дизайну, о советской секции упоминалось лишь вскользь: «В области моды Советский Союз ориентируется на изделия народных промыслов и представляет ретроспективную коллекцию колоритных нарядов, которые носят обитатели самых разных уголков его необъятной территории, от Украины до Центральной Азии, от Сибири до Кавказа»[30]. В томе «Энциклопедии», посвященном текстилю, советский павильон заслужил негативную оценку: «Если оставить в стороне футуристические изыски, можно утверждать, что тканям советского производства в целом недостает оригинальности и *richesse*. Хотя русская народная вышивка, несомненно, очаровательна, индустрия, составляющая стержень современной экономики, в России еще не достигла уровня европейской художественной промышленности»[31].

Невзирая на критические отзывы, Надежда Ламанова завоевала Гран-при за модели современных платьев с этническим орнаментом. Это было то признание, к которому стремилось советское государство[32]. Французский художественный журнал L'amour de l'art опубликовал одобрительную статью о новой советской моде, написанную критиком Яковом Тугендхольдом. Он похвалил Экстер, Степанову и Мухину, которые, используя для своих работ самые простые материалы, сумели подчеркнуть их красоту и сообщить им эстетическую привлекательность (Tugendkhol'd 1925a: 396). О Ламановой автор писал следующее: «Говоря об одежде, следует особо отметить деятельность знаменитой *modèliste* Ламановой. Эта художница вложила много усилий в разработку моделей, которые выглядят предельно просто и в то же время обладают исключительным художественным потенциалом. Они способны послужить прототипами для одежды массового производства, и их можно продавать по невысокой цене, так, чтобы любая женщина-работница могла их приобрести» (Ibid.).

Итак, как уже говорилось, выступая против повседневной моды как буржуазного феномена, большевики поддерживали создание эксклюзивных моделей одежды, которые выполняли репрезентативные функции и были призваны служить наглядным свидетельством высокого уровня планируемого массового производства. Однако инфраструктура, необходимая для реального выполнения последней задачи, была недостаточно развита. Повествуя о зарождении массовой моды на Западе, Жиль Липовецкий писал: «платья от-кутюр, с одной стороны, изделия промышленного производства (конфекцион), с другой: вот два краеугольных камня века моды» (Lipovetsky 1994: 55). Оба эти основания отсутствовали в Советском Союзе — так же как отсутствовала там рыночная экономика с ее разнообразием моделей потребления. Даже реформаторская деятельность Ламановой, которая могла бы сослужить хорошую службу делу создания социалистической моды, оставалась периферийным явлением культурной жизни. Вместе с тем плачевное состояние советской индустрии лишь способствовало развитию утопических мечтаний о чудесах механизации, которые сделают эксклюзивные наряды частью повседневной реальности и реализуют большевистский идеал слияния искусства с производством. Хотя конструктивистская идея тотального подчинения высокого и прикладного искусства индустрии была в итоге отвергнута как слишком категоричная, Луначарский продолжал поддерживать компромиссные версии этого проекта.

Утопические функции народного орнамента

Этнические мотивы, которые использовались в работах Ламановой в первой половине 1920-х годов и пропагандировались специалистом по народным промыслам Прибыльской, постепенно приобрели статус официально признанного декоративного элемента нового костюма. Конструктивисты избегали

обращаться к народному орнаменту, тесно связанному с традиционным прошлым: они стремились полностью реконструировать повседневную жизнь, построив ее по новым геометрическим и космополитическим принципам. Ламанова, которая еще до революции использовала узоры работы Бакста и Гончаровой для украшения своих моделей, напротив, опиралась именно на прошлое. Элитарному наряду как таковому не находилось места в новом мире, однако его стратегически значимая позиция в сфере прикладных искусств была выгодна и властям, и дизайнерам. Этнический орнамент был не просто украшением — он превращал платье из простого, пусть и модного, наряда в произведение искусства. Для Ламановой и Прибыльской, так же как и для дореволюционных художников, обращение к узорам народной вышивки являлось частью творческого эксперимента по взаимодействию авангардного искусства и традиционных ремесел. Дизайнеры адаптировали и упрощали этнический орнамент таким образом, чтобы он сочетался с модернистским силуэтом. Будучи актуальными, эти наряды в то же время не представляли опасности с идеологической точки зрения: народные истоки орнамента, повторяемость и относительная неизменность мотивов рисунка делали его нечувствительным к капризам моды.

Если Ламанова и Прибыльская ценили этнический орнамент за его идеологическую нейтральность, П.Р. Трифонов, член руководства Московского государственного треста швейной промышленности, видел в народной вышивке символического посредника между модой и социализмом. В статье, опубликованной в журнале «Ателье», он заметил, что развитие новой социалистической моды предполагает синтез актуальных западных тенденций с элементами русского народного искусства (Трифонов 1923: 45). Большевики надеялись, что этнический орнамент поможет легитимизировать феномен социалистической моды. В 1923 году иллюстрированный журнал «Красная нива» опубликовал статью, автор которой сопоставил русскую и западную разновидности моды. В статье утверждалось, что из-за многочисленных египетских, китайских и имперских цитаций западные наряды кажутся неуместными и нарочито экзотическими. Напротив, скромный этнический орнамент, украшающий одежду строителей социализма, подчеркивает ее строгость, чистоту и актуальность (ил. 1.25)[33].

Этнический орнамент рассматривался большевикам и как серьезное оружие в борьбе с ориентированной на Запад эстетикой НЭПа. Пытаясь конкурировать с нэпманскими модными изданиями, журнал «Красная нива» в 1825 году выпустил в свет приложение под названием «Искусство в быту». Опубликованные в нем эскизы пальто, платьев, жакетов, костюмов, спортивной одежды и пионерской формы сопровождались выкройками и подробными инструкциями, адресованными портнихам-любительницам. Этот проект, в котором участвовали Ламанова и Мухина, как и другие их инициативы 1920-х годов, поддерживался Луначарским, занимавшим пост одного из редак-



Ил. 1.25. Иностранная мода. Русская мода. Красная нива. 1923, № 30



Ил. 1.26. Надежда Ламанова и Вера Мухина. Эскиз костюма. Искусство в быту. 1925

торов «Красной нивы». Хорошо разбираясь в течениях современной западной моды, Ламанова и Мухина отдавали предпочтение четким линиям и удлиненным силуэтам. В качестве украшения использовался этнический орнамент или узор из полос контрастных цветов. Ламановой пришлось отказаться от столь любимых ею в дореволюционные времена экстравагантных и роскошных материалов. Теперь она декорировала льняные платья этнической вышивкой или мастерила их из пары сложенных вместе широких полотенец (ил. 1.26).



Ил. 1.27. Обложка журнала «Искусство одеваться». 1928, № 4

Несмотря на все усилия, направленные на реализацию государственного проекта формирования социалистической моды, Ламанова по-прежнему носила на себе клеймо бывшей хозяйки буржуазного элитарного модного дома. В отличие от Экстер, художницы-авангардистки, идейной союзницы большевиков, считавшей дизайн одежды собственным творческим проектом, Ламанова прекрасно сознавала уязвимость своего социального положения. Идеологически нейтральный народный орнамент был для нее спасением[34].



Ил. 1.28. Обложка журнала «Искусство одеваться». 1928, № 5

Неслучайно Ламанова и Прибыльская украшали этническими узорами даже спортивную одежду[35]. Вместе с тем, выполняя заказы частных клиентов, Ламанова продолжала использовать для них роскошные украшения в стиле ар-деко. В эстетическом отношении эти работы значительно отличались от моделей, получивших официальное признание[36].

Пропаганда эстетики ар-деко сквозь призму русского этнического орнамента продолжилась в 1828 году. Тогда, на закате НЭПа, вышел в свет новый

журнал «Искусство одеваться». В Центральном комитете в это время велась серьезная политическая борьба, в которой сторонники НЭПа Николай Бухарин и Луначарский проигрывали Сталину, вынашивавшему планы политической и экономической централизации страны. Однако «Искусство одеваться» начало издаваться именно с благословения Луначарского. В статье, опубликованной в первом номере, он подчеркивал: «У нас иногда боятся, что... одежда может приобрести нарядный или кокетливый вид, и считают это большим преступлением. Это, говорят, дело мещанское или, еще того хуже, буржуазное... Однако, на самом деле в известной нарядности или кокетливости тоже нет ничего неподходящего для пролетариата. <...> Хорошо видеть молодость, красоту» (Луначарский 1928b: 3). Хотя журнал закончил свое существование в 1929 году вместе с НЭПом, он не походил на типичные нэпманские модные издания, представлявшие читательницам копии последних западных моделей. Вместо этого редакция попыталась вдохнуть новую жизнь в ранее поддержанную «Ателье» идею объединения индустрии, искусства, моды и традиционных народных ремесел. Подобно «Ателье», «Искусство одеваться» представляло собой элитарное модное издание, весьма опосредствованно соотнесенное с большевистской системой ценностей. Воспринявшие четкую геометрию ар-деко русские этнические узоры украшали платья, выполненные в западном стиле. В том же стиле были выдержаны и модные аксессуары, от шляп до туфель. Подобные костюмы доминировали в издании, однако там были представлены и образцы рабочей одежды, а также оригинальные французские модели и их русские копии. Кроме того, в журнале публиковались статьи, посвященные истории платья и текстиля, социальным аспектам моды, особенностям функциональной и повседневной одежды, и советы по гигиене (ил. 1.27, 1.28).

Луначарский в своих статьях рисовал оптимистичную картину участия широких народных масс в деле создания социалистической моды. Между тем, как свидетельствовало содержание журнала «Искусство одеваться», самым подходящим украшением нового платья в глазах большевиков оставалась ручная вышивка. Со временем узоры становились все изощреннее и сложнее, что отвечало и тенденциям культуры НЭПа, и эстетике ар-деко, доминирующей в западной моде. Среди дизайнеров, публиковавших в журнале «Искусство одеваться» работы в народном стиле, наибольшей известностью пользовались М. Орлова, Н. Оршанская и О. Анисимова. Изделия Орловой напоминали работы Ламановой, рационализировавшей использование вышивки, а Оршанская украшала свои наряды традиционным народным орнаментом. Актуальнее всего смотрелись модели Анисимовой, которая опиралась на визуальную эстетику Делоне середины 1920-х годов. Сама Делоне также время от времени помещала свои работы в «Искусстве одеваться». В 1928 году она опубликовала статью «Стандартизация костюма», в которой подчеркнула, что современная





Ил. 1.29. Обложка «Женского журнала». 1929, № 7
Ил. 1.30. Обложка «Женского журнала». 1926, № 8

мода заключает в себе две противоречащие друг другу тенденции. Первая — повседневное платье функционального покроя, сшитое из простой удобной ткани и подходящее для постоянной носки и работы. По словам Делоне, изделия, выполненные в этом стиле, и получили в России название «прозодежда». Вторая тенденция предполагала создание изысканных, экстравагантных вечерних платьев, порожденных свободной творческой фантазией дизайнера. Их очарование не имело ничего общего с прозаической функциональностью будничной одежды. Современная мода нуждалась в костюме, являющем собой синтез красоты и функциональности. Делоне с похвалой отозвалась о стандартизированном стиле англо-французского модного дома Redfern, дизайнеры которого использовали ткани с рисунками из полос ярких цветов, перемежающихся широкими «белыми пятнами». Эти материалы хорошо подходили для повседневной одежды и в то же время обладали несомненной эстетической привлекательностью (Делоне 1928: 2)[37]. Подобное направление еще в 1924 году предсказала Попова, которая, рисуя эскизы платьев-«хлопушек», пыталась добиться ритмического равновесия между покроем и расцветкой одежды. Советская промышленность, однако, оказалась не готова к реализации подобной изощренной техники в текстильном и швейном производстве.

Ламанова и Прибыльская продолжали экспериментировать с народным орнаментом, по-прежнему оставаясь в лабораторной изоляции. В 1928 году на выставке «Кустарная ткань и вышивка в современном женском костюме» был представлен их совместный проект: модели Ламановой, декорированные орнаментом Прибыльской. Хотя выставка состоялась через пять лет после проведения Первой всероссийской художественно-промышленной выставки, эти мероприятия имели между собой много общего. Они были организованы Государственной академией художественных наук и на них в качестве образцов социалистической модной одежды демонстрировались все те же простые костюмы, украшенные этническим орнаментом. Между тем в стране все больше чувствовалась необходимость возрождения и поддержки швейного и текстильного производства. В этой ситуации Давид Аркин высказал сомнение в рациональности использования ручной вышивки для украшения одежды. Еще в 1925 году он с энтузиазмом отзывался о работах Ламановой как о примере, демонстрирующем возможность слияния искусства и индустрии (Arkin 1925). Впоследствии, однако, он охладел к этому проекту: «Техника орнамента, представленного на парижской Международной выставке декоративного искусства в 1925 году, очень впечатляет, однако эта вышивка может быть выполнена лишь вручную и подходит лишь для уникальных изделий. Массовый рынок вынужден довольствоваться художественным суррогатом, имитацией, пустышкой» (Arkin 1929a: 22).

Социалистический и модный?

В 1926 году вышло в свет новое модное издание — «Женский журнал». Его задачей было знакомить читательниц с моделями одежды, достаточно актуальной, чтобы привлечь внимание горожанок, но не обладающей экстравагантностью и роскошью изделий, выполненных в эстетике НЭПа. Пропагандируя большевистскую систему ценностей, «Женский журнал» публиковал работы в стиле кубизма и супрематизма, платья западного образца с этнической вышивкой и копии моделей из современных европейских модных изданий. Обложки «Женского журнала» оформлялись в урбанистическом стиле ведущими художниками-графиками — такими, например, как братья Стенберги. На рисунках ухоженные дамы в изящных платьях или девушки в современных спортивных костюмах занимались исключительно респектабельной деятельностью — читали, прогуливались, загорали или купались. Фоном служили уютные современные дома, городские парки, пляжи и бассейны. Иногда рядом с женщинами появлялись изящно одетые дети (ил. 1.29, 1.30). На этих ярких, и в то же время идеологически выдержанных картинах европейский костюм помещался в пространство социалистического мира. Многочисленные статьи



Ил. 1.31. Рубрика «Наши модели». Женский журнал. 1929, № 3

о моде, о последних парижских показах и публикации в рамках постоянных рубрик, таких как «Наши модели» или «Модная хроника», уравновешивались материалами, посвященными достижениям женщин в сфере науки, взаимоотношениям матери и ребенка и проблемам женского здоровья (ил. 1.31, 1.32).

В первом номере «Женского журнала» редакция объявила о намерении преодолеть противоречие между замечательными советскими законами, обеспечивающими равноправие женщин, и проблемами, с которыми женщины



Ил. 1.32. Рубрика «Наши модели». Женский журнал. 1929, № 1

сталкиваются в повседневной жизни[38]. В определенном отношении политика «Женского журнала» учитывала и большевистскую, и нэпманскую системы ценностей: признание права моды на существование предполагало приятие особого, отличающегося от социалистического типа современности. Индустриализация впустила современный мир в заводские цеха, мода вывела его на улицы большого города.

В первом номере «Женского журнала» появились две статьи Ламановой. Иллюстрациями к ним служили изображения элегантных моделей, выполнен-



Ил. 1.33. Эскизы платьев. Женский журнал. 1926, № 7

ных в разном стиле — от нежных, отделанных кружевом платьев до адаптированных вариаций конструктивистских нарядов. Они были адресованы гораздо более широкой публике, нежели предполагаемая целевая аудитория издания. В статье «О костюме» Ламанова подчеркнула, что, создавая высокохудожественные модели, дизайнер должен учитывать особенности строения женского тела, свойства ткани и помнить о функциях, которые призвано выполнять то или иное платье. Только гармоничное сочетание этих элементов приведет к созданию костюма, соответствующего духу времени (Ламанова 1926: 16). Статья

носила программный характер, отвечающий идеологической платформе журнала. Стремясь институализировать социалистическую моду, «Женский журнал» сделал еще один шаг и объявил о начале всенародного конкурса на лучшее современное женское платье. На конкурс были представлены самые различные модели — от модернизированной версии традиционного русского сарафана и платья современной домохозяйки до искусно выполненного вечернего туалета и рабочей спецодежды. Это разнообразие не просто отражало вариативность повседневной реальности, в идеале требовавшей наличия у людей одежды на все случаи жизни, но и служило репрезентацией пространства, в котором мода могла бы существовать на законных правах как необходимая составляющая жизни нового общества (ил. 1.33).

Стремясь сделать моду полноправным элементом повседневной реальности, редакция «Женского журнала» публиковала эскизы отечественных и зарубежных моделей вместе с выкройками. Женщины шили платья сами или пользовались услугами частных портних не только из бедности или по причине отсутствия товаров в магазинах. Каждой из них хотелось стать обладательницей собственной, эксклюзивной вариации «платья-хлопушки». На фотографии, сопровождавшей редакционную статью в первом номере «Женского журнала», была изображена Вера Инбер, советская поэтесса. Она смотрелась почти так же эффектно в своем явно сшитом на дому наряде, как и девушка-манекенщица в платье от Лелонга, которое демонстрировалось в том же выпуске[39].

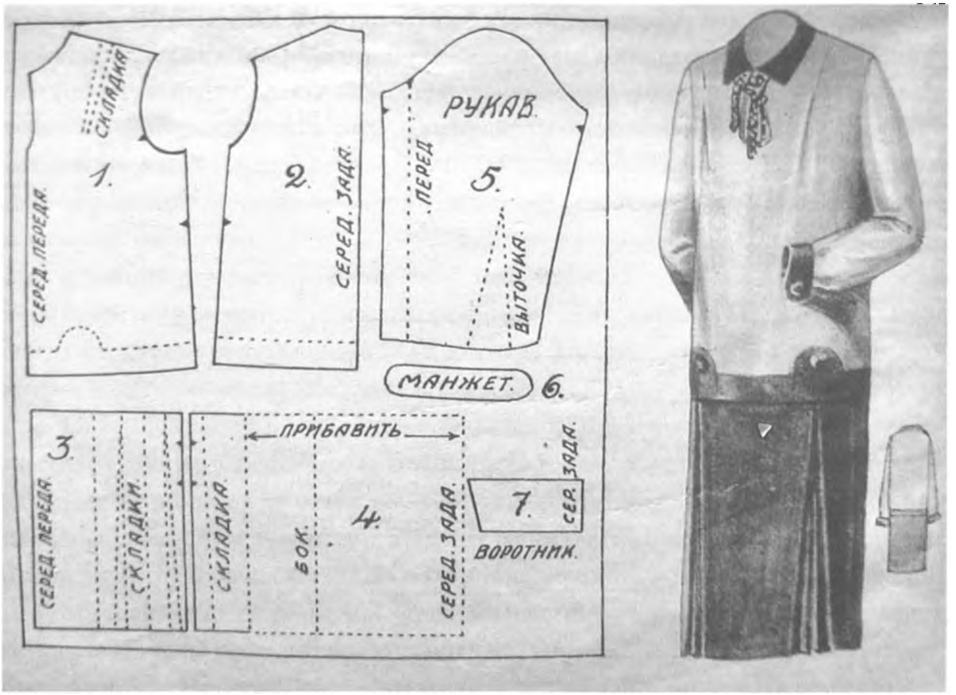
В повседневной жизни практики, имеющие своей целью разрушение бытовавших до революции гендерных стереотипов, вступали в постоянный конфликт с явлениями, связанными с европейской и американской модой. К последним относилась и все возрастающая популярность танцев, таких как танго и фокстрот. Большевистская пресса негативно отзывалась обо всех ритуалах западной повседневной жизни, рассматривая их как безусловное социальное зло, однако это не могло препятствовать проникновению в советскую реальность феноменов современной западной культуры, от платьев-«хлопушек» до американских танцев и кинофильмов, которыми увлекались и представители культуры НЭПа, и простые фабричные работницы[40]. Комсомольцы, придерживающиеся пуританских взглядов, сетовали на то, что революционная молодежь чересчур поглощена фокстротами и вальсами. Вместе с тем многие комсомольские клубы сами организовывали танцевальные кружки и вечера. На съезде комсомолок-активисток в Москве в 1927 году товарищ Смирнова, работница Ногинской фабрики, с сожалением признавала, что фабричные девушки слишком подвержены влиянию улицы. Их не занимают организуемые комсомольцами вечера, и они приходят только ко второй их части — танцам. Девушки надевают шелковые платья, пудрятся и красятся, умудряясь покупать эти предметы роскоши на свою более чем скромную зарплату (2 рубля 96 копеек в день). Комсомольские собрания

не представляют для работниц никакого интереса, и их невозможно отвлечь от танцев[41]. Размышляя о проблемах русского общества 1920-х годов, Владимир Маяковский написал поэму о фабричной работнице, которая умерла, потому что не могла купить пару модных лакированных туфелек. Поэма, опубликованная в журнале «Комсомольская правда» в 1927 году, была основана на подлинной истории, изложенной ранее в той же газете:

На туфли
денег надо,
а денег
нет и так...
Себе
Маруся
яду
купила
на пятак.
Короткой
жизни
точка[42].

Примечательно, что трагически бессмысленная гибель девушки, никак не связанная со служением революционным идеалам, не стала поводом для идеологического осуждения или презрения. И это свидетельствует о том, какую серьезную роль играла мода в жизни женщин того времени. Даже критик Сергей Третьяков, придерживавшийся левых взглядов, в 1927 году признавал, что молодая советская женщина после тяжелого рабочего дня спешит в кинотеатр, «чтобы забыться, вживаясь в образы цариц, герцогинь, русалок, соблазнительниц». «Соблазн полированных манер велик», — открыто объявлял он (Третьяков 1927: 29).

В конце 1920-х годов фабричные работницы предпочитали западный стиль идеологически выдержанному аскетизму. Многие носили короткие стрижки и одевались в белые туники свободного покроя, скупо отделанные геометрическим орнаментом, вышитым белыми нитками. Нижнюю часть костюма составляла прямая темная юбка. В 1927 году на экраны вышел советский фильм «Кровать и диван», интригу которого составлял странный любовный треугольник. Героиня фильма была одета именно в описанном выше простом урбанистическом стиле[43]. Стремясь привлечь внимание зрителя, увлеченного американскими картинами, создатели фильма поручили изготовление афиши братьям Стенбергам. На ней была изображена молодая, привлекательная, красиво накрашенная женщина. На ее голове вместо завязанного на затылке



Ил. 1.34. Рубрика «Сделай сам». Работница. 1929, № 2

платка, который обычно носили работницы, красовался модный берет. Эта деталь маркировала героиню как представительницу рабочего класса: нэпманша надела бы шляпу-«колокол»[44]. Примечательно, что инструкции по изготовлению обоих упомянутых головных уборов были опубликованы в 1926 году во втором номере «Женского журнала», в рубрике «Сделай сам». Одновременно редакция заявила о своем намерении добиться идеологического перемирия между модой и бытом фабричных работниц.

В это время даже неприступные ранее большевистские цитадели — например, журнал «Работница» — сдали прежние позиции и начали публиковать бумажные выкройки, советы дамам и модные картинки. Они знакомили публику с моделями простых симпатичных нарядов, обладавших в соответствии с актуальными западными тенденциями удлиненным силуэтом (ил. 1.34). В очерках фабричной жизни «Бабы» Екатерина Строгова живо описывает заводских модниц: «На девчатах наших увидишь и модный клетчатый картузик, и желтый кокетливый башмачок, и чулки цвета беж. <...> На вечерах же фабричных девчонок и не узнаешь — разряжены в пух и прах: шелковые блузки-джерсе (производство нашей фабрики) всех цветов и с модной отделкой, модные туфельки и загвоздистые прически» (Строгова 1927: 183). Многие женщины пересматривали популярные ранее большевистские представления о домини-

ровании классовых ценностей над гендерными, что символически обозначило начало эпохи реструктуризации власти. Декларируя политическое равноправие мужчин и женщин, большевики одновременно стремились упразднить или хотя бы минимизировать значимость различий между полами. В повседневной жизни, проникнутой атмосферой НЭПа, горожанки стремились примирить классовую идеологию и гендерные стратегии. Впрочем, западный образ жизни, репрезентируемый с помощью модных нарядов и косметических ухищрений, плохо сочетался не только с революционными, но и с традиционными ценностями. Женщина, которая выщипывала брови, танцевала фокстрот, пользовалась косметикой и красила волосы, по-прежнему занимала очень уязвимую позицию в социалистическом обществе. 29-летняя Маруся Воробьева, увлекавшаяся фокстротом и сменившая цвет прически, в конце концов, была вынуждена покинуть комсомольскую организацию. Описывая вызывающее поведение девушки в статье, опубликованной в профессиональной газете, ее коллега-мужчина заметил, что бессмысленно краситься в рыжий цвет, если это не способствует более успешному выполнению пятилетнего плана[45]. Платье-«хлопушка» также рассматривалось как эстетический вызов и служило поводом для подозрений. Несмотря на это, однако, большевистские женские журналы не могли не учитывать растущего интереса читательниц к западной моде.

В этих условиях образ партийного активиста неизбежно должен был претерпеть изменения. Излюбленный большевиками пуританский костюм не имел ничего общего с модой, а потому в новом мире, придававшем особую значимость модным тенденциям и проявлениям женственности, он постепенно превратился в анахронизм. В конце 1920-х годов Строгова, описывая заводской быт, уже могла позволить себе подтрунивать над нелепым обликом убежденных комсомолок, которые «до сих пор не вылезают из кожаной куртки, мятой юбки и стоптанных туфель, в наивности своей думая, что тем самым доказывают они свою отрешенность от благ земных и великую преданность революции» (Строгова 1927: 182). В отличие от художников и фабричных работниц, которые, поддаваясь влиянию коммерческой культуры НЭПа, проявляли все больший интерес к модной и красивой одежде, партийные активисты сталкивались в этом отношении с серьезной проблемой. Будучи официальными представителями системы, отдававшей предпочтение классовым ценностям перед гендерными и ставившей верность партии выше любых проявлений женственности, они почти не имели свободного пространства для маневра. Более того, даже мужчина-коммунист, как правило, рассматривал свою коллегу-женщину не как представительницу противоположного пола, а как товарища по партии — товарища в юбке, как выражались некоторые[46].

Сложный процесс взаимодействия представлений о «женственности» и «политической сознательности» находил отражение и в живописи. Картина



Ил. 1.35. Карикатура «Жизнь и искусство». Рабочий клуб (слева) и нэпмановский ночной клуб (справа). Крокодил. 1927, № 16

Георгия Ряжского «Делегатка» (1927) изображает партийную активистку — женщину с серьезным лицом без малейших следов косметики, с красным платком на голове. Она одета в простую юбку и белую блузу с темно-синим шелковым шарфом, который повязан бантом под воротником, в стиле детского матросского костюмчика. Этот фрагмент одежды, в прежние времена принадлежавшей мальчикам из высших слоев общества, в 1920 году превратился

в репрезентативный атрибут политически активной фабричной работницы. Подобно кожаным жакетам, которые до революции носили профессиональные шоферы, а после нее — коммунистические лидеры, морской костюмчик представлял собой элемент динамичного городского дресс-кода. Оба эти предмета одежды естественным образом соответствовали активному образу жизни партийных деятелей. Матросский костюмчик присутствует и на карикатуре, опубликованной в 1927 году в сатирическом журнале «Крокодил». Обстановка и одежда персонажей изображенных здесь двух эпизодов контрастируют друг с другом. На первом рисунке — производственный клуб, где рабочие играют в шахматы или серьезно беседуют. Женщины-работницы носят идеологически выдержанный наряд: красные головные платки, завязанные на затылке, и матросские костюмы. Второй рисунок изображает сцену в ночном клубе, где нэпманы и их подружки предаются разврату. Облаченные в роскошные платья-«хлопушки» девушки танцуют на столах, пьют вино или отплясывают с мужчинами (ил. 1.35).

Детский матросский костюмчик представлял собой адаптированную вариацию мужской рабочей униформы. В идеологическом отношении это сообщало ему дополнительную позитивную коннотацию. Заимствованный женской модой из мальчишеского гардероба, он по-прежнему обладал определенными атрибутами мужского костюма. Как элемент дресс-кода партийных активистов, матросский костюмчик соответствовал принципам пролетарской эстетики: это была функциональная, простая одежда, наделенная гендерной амбивалентностью. О его популярности свидетельствуют многочисленные модные картинки в большевистских женских изданиях, таких как «Работница» и «Женский журнал». В культуре 1920-х годов образ, воплощающий собой женскую ипостась ницшеанского сверхчеловека, представлялся уже излишне грубым и категоричным и не являлся идеальной ролевой моделью. Что касается андрогинного облика, то он отражал модернистские колебания в отношении гендерной идентификации. И авторы, и читатели женских журналов усваивали и поддерживали новую визуальную концепцию женственности. В 1920-е годы детский матросский костюмчик стал частью женского гардероба и на Западе, демонстрируя своеобразную стилистическую и экзистенциальную симметрию в развитии большевистской России и ее идеологического противника. Сталинская культура вскоре положила этому конец. В конце 1920-х годов авангардисты проиграли битву за право конструировать образ Новой женщины. В те же годы завершилась и эпоха НЭПа. Во времена Сталина появились новые способы организации социалистического общества и осуществления контроля над ним. В мире, пришедшем на смену большевистской утопии, отношение к моде изменилось. Центральное место в ней заняла парадная эстетика репрезентативного костюма.

ГЛАВА 2

Между наукой и мифом: рождение социалистической моды

Накануне введения в действие пятилетнего плана в 1929 году сталинский режим уничтожил НЭП и порожденную им эстетику. Разнообразные авангардные проекты и эксперименты художников в области модного дизайна также прекратили свое существование. Отбросив гендерные стратегии, получившие развитие в 1920-е годы, сталинизм использовал ряд элементов отвергнутой им культуры (в частности, излюбленную НЭПом идею роскоши и элегантности) в качестве строительных материалов для создания собственного идеального женского образа. Отказавшись от эстетики конструктивизма с его любовью к геометрическим, угловатым формам, новая культура регенерировала образ подчеркнуто женственного тела, возвращаясь к традиционным гендерным стереотипам. В результате информационной кампании, развернутой средствами массовой информации, сверхженщина большевиков превратилась в очаровательную, изящную даму. Столь радикальные перемены в официальной гендерной политике потребовали создания новой повседневной и праздничной социалистической моды, идущей на смену и конструктивистским экспериментам, и моделям Ламановой с их удлиненным силуэтом и скромными этническими узорами. Не питая особого интереса к конструктивистской эстетике, культура сталинской эпохи унаследовала и развила ключевую для конструктивистов идею функциональности и эффективности.

Модели 1920-х годов превратились в роскошные туалеты, выполняющие репрезентативные функции. Этот образ широко пропагандировали вновь появившиеся модные журналы. Открывшийся в Москве Дом моделей стал пространством обитания социалистической моды. Будучи значимой составляющей сталинского культурного мифа, она находила воплощение в одежде, стиль которой, казалось, был неподвластен движению времени. Консервативная эстетика демонстрировала способность к соединению принципиально несовместимых элементов, начиная с идеологизации народного орнамента и заканчивая избирательным усвоением западной модной традиции. Так рождался новый уникальный стиль. Эта эстетика и ее метод гомогенизации разных

стилистических составляющих в контексте новой художественной формы определили место моды в мире социалистического реализма.

После стремительно осуществленной в 1930-е годы индустриализации страны сталинизм преобразовал противоречивую советскую реальность в идеальный мифический образ, не имевший ничего общего с повседневной жизнью. Сталинская экономика породила не только новый стиль модной одежды, но и новый средний класс, и новую элиту, установив разные тарифы оплаты труда и разработав способы материального поощрения одних социальных групп за счет других. Если Луначарский утверждал, что качественная и красивая одежда должна быть доступна всем представителям пролетариата, то сталинская эпоха превратила ее в привилегию, доступную лишь избранным.

Закат эпохи конструктивизма и утопической моды

До своего ухода с поста народного комиссара просвещения в 1929 году Луначарский поощрял и поддерживал различные дизайнерские проекты: элегантные туалеты Ламановой, прозодежду Степановой, платья Прибыльской, украшенные этнической вышивкой, экстравагантные и роскошные модели Экстер и яркие конструктивистские работы Поповой на основе силуэта платья-«хлопушки». Однако время авангардного искусства подходило к концу[1] и голоса его критиков звучали все отчетливее. 1920-е годы и без того были временем жаркой полемики между конструктивистами и их оппонентами. Всего несколько лет спустя сталинская культура вернулась к канонам традиционной эстетики, а модный конструктивизм был полностью уничтожен. Авторитетный художественный критик Фрида Рогинская усомнилась в осуществимости проектов Поповой и Степановой по созданию нового текстильного дизайна: по ее словам, подобный тип графического изображения плохо соответствовал фактуре тонких тканей, для которых предназначался (Рогинская 1930: 26). В опубликованной в 1935 году статье Елены Эйхенгольц подчеркивалось, что конструктивисты не учитывают особенностей покроя платья и текстуры различных материалов и используют одни и те же геометрические узоры, работая с фланелью, сатином и тканями с шероховатой поверхностью. Конструктивизм трактовался лишь как незначительный эпизод в истории советского текстильного искусства, и автор статьи приветствовала появление нового поколения дизайнеров, таких как Склярова и Шухаева, подаривших новую жизнь цветочному орнаменту (Эйхенгольц 1935: 142–143). В 1931 году специалист по текстилю Тамара Арманд в исследовании «Орнаментация ткани» заявила о возвращении традиционного орнамента. И все же рисунки, представленные

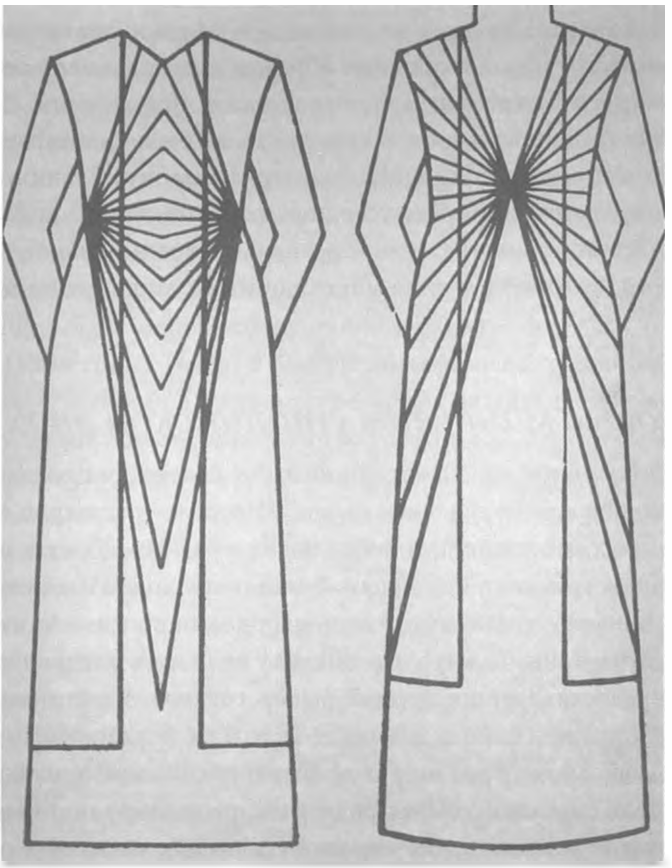
Арманд, — традиционные персидские узоры, изысканные орнаменты в барочном стиле и роскошные вечерние туалеты из набивного шелка, демонстрировавшиеся в журнале Vogue, — соответствовали декоративной сталинской эстетике и новой иконографии, изобилующей цитатами из самых разных, плохо сочетающихся друг с другом источников. Из всех моделей, созданных в ранний период существования советского государства, Арманд отметила лишь этнические вышивки Ламановой (Арманд 1931: 102–103).

Однако принципы конструктивизма продолжали оказывать влияние на новую политическую и экономическую реальность. Хотя процесс индустриализации поставил под сомнение утопические составляющие конструктивистской картины мира, он вместе с тем акцентировал другие ее элементы — функциональность и эффективность. В 1928 году состоялась выставка «Бытовой советский текстиль», на которой были представлены набивные рисунки, выполненные ведущими художниками (Маяковской, Прибыльской, Степановой), а также образцы тканей для массового производства повседневной одежды. Среди экспонатов был так называемый агиттекстиль, в котором использовались мотивы пропагандистских плакатов. Его создателями были выпускники Высшего художественно-технического института (ВХУТЕИН)[2]. В статье, посвященной этой выставке, Степанова[3] пересматривала свои прежние радикальные взгляды, признавая моду необходимым элементом современной жизни и подчеркивая значимость научного подхода в деле ее развития и реализации. Следуя идеологии эпохи индустриализации, она отмечала, что изменение стиля одежды должно обусловливаться не пустым капризом художника, а развитием новых технологий. Накануне осуществления программы первого пятилетнего плана Степанова предрекала судьбу социалистической моды, которая не подчиняется законам рыночной конкуренции, а развивается в процессе рационализации текстильного и швейного производства. В капиталистических странах мода отражает культурное состояние общества, тогда как социалистические дизайнеры занимаются созданием более совершенных форм одежды. За каждым открытием в сфере технологии неизбежно должна следовать трансформация костюма (Stepanova 1998: 192).

Позиция Степановой соответствовала риторике эпохи индустриализации, которая стала неотъемлемой составляющей задуманной Сталиным реконструкции повседневной жизни. В 1931 году художественный критик Алексей Федоров-Давыдов предсказывал: «Прозодежда, несомненно, будет развиваться вместе с ростом коллективизации, вместе с изживанием индивидуализма быта и индивидуальных форм труда» (Федоров-Давыдов 1975: 198). Вместе с тем прагматические задачи индустриализации вступали в противоречие с популярной ранее утопической картиной мира. Если Сталин стремился любой ценой вывести отсталую страну на уровень современной высокоразвитой державы,

большевики надеялись принципиально реконструировать отношения между новой социалистической личностью, искусством и промышленностью на онтологическом уровне. В конце 1920-х годов сталинская культура начала подавлять авангардные утопические проекты и связанные с ними разнообразные художественные практики, превратив дизайн, изготовление и распределение одежды в однообразную производственную рутину и подчинив ее абсолютному диктату социалистической науки. В 1929 году на смену эстетически ориентированным модным журналам, таким как «Ателье» (1923), «Женский журнал» (1926) и «Искусство одеваться» (1928), пришло новое профессиональное издание «Швейная промышленность». На протяжении 1930-х годов журнал подробно освещал вопросы индустриализации швейной и текстильной промышленности, пропагандируя научный подход к решению возникающих в ходе этого процесса проблем и не уделяя ни малейшего внимания моде и эстетике костюма. В 1932 году в журнале была опубликована серия статей, посвященных цветовым решениям в одежде. Их автором была София Беляева-Экземплярская, специалист по психологии восприятия. В статьях обсуждалась возможность рационального подхода к выбору цвета одежды на основе широких исследований в области теории цвета, включая психологическую концепцию хромотерапии[4]. В середине 1920-х годов Беляева-Экземплярская работала в отделе психофизиологии Государственной академии художественных наук и занималась вопросами психологии искусства и визуального восприятия. Ее труд «Моделирование одежды по законам зрительного восприятия», опубликованный в 1934 году, содержал научный анализ теорий форм и способов их применения в процессе производства. Опираясь на конструктивистские представления о связи моды и науки, Беляева-Экземплярская не разделяла утопических надежд на слияние искусства и технологии (ил. 2.1).

И действительно, в отличие от конструктивистов, сталинская эстетика предполагала наличие жесткой границы между упомянутыми реальностями. Это нашло отражение в принципиально двусмысленном отношении сталинской культуры к костюму. На практике централизованное промышленное производство предлагало потребителю примитивную, плохо пошитую одежду из низкокачественных материалов. На уровне символической репрезентации сталинская культура порождала идеальные модели, составляющие элемент вновь зарождающейся массовой культуры, которая активно участвовала в конструировании мифологической ипостаси сталинского социума. Левая идеология больше не препятствовала процессу производства и презентации идеального костюма и очаровательных текстильных орнаментов. Агитационный текстиль с его индустриальной и сельскохозяйственной тематикой был предан забвению. Презираемый ранее цветочный орнамент вновь приобрел популярность. В 1933 году в газете «Правда» появилась статья, автор которой иронически ото-



Ил. 2.1. София Беляева-Экземплярская.
Моделирование одежды по законам зрительного восприятия. 1934

звался об агитационном текстиле, замечая, что костюмная ткань — не лучшая площадка для политической пропаганды. Картинам следует висеть в художественной галерее, а платье должно оставаться просто платьем — иначе советские граждане рискуют превратиться в ходячие музейные стенды[5]. В суровом мире индустриализации место тракторов было на полях, а доменных печей и станков — на заводах. Что же касается текстильных дизайнеров, то они вернулись к традиционному стилизованному цветочному орнаменту, выполненному в яркой, позитивной цветовой гамме.

Утопические мечты о синергетическом слиянии производителя, товара и потребителя остались в прошлом. Проблемой сталинского общества стала зияющая брешь между производством и потреблением. Производство принадлежало героизированной и стремительно развивающейся повседневной реальности. Потребление, в значительной степени ограниченное, быстро и незаметно становилось частью мифического мира, репрезентируемого журналами,

кинофильмами и театральными постановками. Модное платье заняло в этом мире важное место. Парадоксальным образом оно присвоило себе функции посредника между измерениями производства и потребления. Первыми покупателями идеального костюма сталинской эпохи были стахановцы[6]. Пытаясь стимулировать и ускорить процесс индустриализации, Сталин создал программу премирования наиболее усердных работников, лучших строителей социалистического общества, и эксклюзивные наряды стали одной из ценнейших наград, которой рабочие могли добиться лишь ценой невероятных усилий.

Образцовые манекены сталинской эпохи

В конце 1935-го и в начале 1936 года внимание советских граждан было приковано к стахановцам. Ежедневная газета «Известия» регулярно публиковала отчеты о конгрессах стахановцев, работавших в разных областях промышленности, и об их встречах со Сталиным. Более популярное издание, «Вечерняя Москва», освещало социальную жизнь народных героев — посещение ими Большого театра, танцы в клубах и покупку одежды в специализированных магазинах, предоставлявших лучший выбор товаров. Участники конгрессов получали престижную одежду в качестве награды за ударный труд. На церемониях они, выступая перед широкой аудиторией и президиумом, которым отводилась роль снисходительных родителей, рассказывали о своих, детских, по сути, мечтах и фантазиях. Все они были связаны с одеждой и обувью. Стахановка Маруся Макарова прославилась тем, что всю свою зарплату, девятикратно выросшую после присвоения вожделенного звания, тратила на покупку одежды. Об этом писала даже западная пресса: «Макарова, "героиня труда", работница Сталинградского тракторного завода... не хочет денег». Это не беспокоит лидеров Советского государства, при условии что Макарова продолжает работать по-стахановски. На конференции стахановцев в Москве, куда прибыли 3000 делегатов, Орджоникидзе, народный комиссар тяжелой промышленности, лично проводил ее на сцену. Под гром аплодисментов он с гордостью представил женщину: «Это, товарищи, ТА САМАЯ Макарова, которая раньше получала 150 рублей в месяц, а теперь зарабатывает 1350, поскольку хочет купить желтые шевровые ботинки»[7]. О страстной тяге Макаровой к новым нарядам упоминается и в книге «Героини социалистического труда» (1936), где приводятся слова ее подруги и коллеги Славниковой, обращенные к члену Политбюро Микояну: «Я спрашивала подругу: "Маруся, куда деньги девать?" Она говорит: "Я себе куплю молочного цвета туфли за 180 рублей, крепдешиновое платье за 200 рублей, пальто за 700 рублей"»[8]. Стахановцы участвовали в официальных приемах, и поскольку социальные навыки так называемых

«простых людей» не соответствовали их огромным профессиональным достижениям, им надо было помогать принарядиться. Так что стахановцы получили возможность шить одежду на заказ из лучших тканей в специальных ателье. «Ситуация зафиксирована в воспоминаниях комсомолки Петровой, попавшей на бал в Колонном зале Дома союзов в честь передовиков производства в 1935 году: "На мне было черное крепдешиновое платье. Когда покупала его в ателье на Таганке, мне показалось, что в нем и только в нем я буду выглядеть в древнегреческом стиле. Ну, не Даная, конечно, однако свободное платье-туника, да еще вокруг ворота сборчатая пелеринка — это да!"» (Лебина 1999: 223–224). В 1930-е годы приемы в Кремле проходили в исключительно помпезной обстановке. Женщины в длинных вечерних платьях шествовали по залам в сиянии люстр как живое свидетельство успехов социалистического государства, прославляющего своих героев. В прессе сообщалось, что на этих приемах стахановцы зачастую встречались с самим Сталиным. Журналы уделяли особое внимание изящно одетым молодым женщинам-стахановкам, которые органично вписывались в эти тщательно распланированные государственные мероприятия. Работа больше не являлась их единственной обязанностью. Они должны были играть роль образцовых манекенов, которые сталинская культура одевала и выставляла перед огромной аудиторией — всем остальным населением страны (ил. 2.2). В начале 1938 года даже журнал «Стахановец», посвященный миру машин и управляющих ими суперменов, начал размещать на своих страницах рекламу косметики и модных дамских головных уборов. В мифологизированной реальности каждое обычное действие приобретало характер ритуала — будь то повседневная работа или приобретение одежды. Платье перестало быть составляющей скучного рутинного существования с его ограничениями, тяготами, нехваткой самых необходимых вещей (ил. 2.3).

В сталинской массовой культуре роскошь, элегантность и женственность стали объектами вожделения. Пока они принадлежали только тем, кто их «заслужил», но в будущем каждая женщина-работница, несомненно, должна была получить возможность их приобрести. Вспоминая о своем визите в Советский Союз в середине 1930-х годов, Андре Жид цитировал слова русского собеседника, Кольцова, стремившегося в разговоре с ним «подчеркнуть, дать повод оценить недавнюю изобретательность Сталина», который «одобрил женское кокетство, призвал вернуться к модной одежде и украшениям» (Жид 2002: 440). Писатель рассказывал об удивлении, испытанном им при виде красивых «напудренных, с крашеными ногтями женщин». Особенно много их было в Крыму (Там же). По замыслу властей, и отечественная, и западная публика должна была видеть, как стахановцы покупают духи и наряды, отдыхают на крымских курортах, получивших в 1930-е годы, с легкой руки западных писателей и журналистов, название Красной Ривьеры. Корреспондент New York



Ил. 2.2. Стахановцы на курорте. СССР на стройке. Июнь 1939

Ил. 2.3. Реклама головных уборов. Стахановец. 1938, № 1



Evening Post Х.Р. Никербокер с изумлением повествовал о том, как много изящно одетых и умело накрашенных женщин можно увидеть в Крыму. Они самозабвенно наслаждались отдыхом, носили шелковые платья и, казалось, были счастливы, что избавились от тягот пятилетнего плана (Knickerbocker 1931: 150–157). В 1935 году газета New York Times рассказывала читателям, как стахановцы покупают в московских магазинах духи, шевровые перчатки, шелковое белье и шубы, чтобы затем вернуться в шахты, на ткацкие фабрики или поля, засаженные свеклой. Автор статьи отмечал, что этот праздник потребления освещался и советской прессой. Участникам стахановских конгрессов было нелегко угодить, и сам Алексей Стаханов не был в этом смысле исключением: «Стаханов приобрел костюм, шляпу и перчатки для себя и шелковое платье, кардиган, духи и шелковое белье для жены. Александр Бусыгин, кузнец из города Горький, также купил для жены два платья, туфли и перчатки. Женщины-стахановки Маруся и Дуся Виноградовы, работницы текстильной фабрики Иваново-Вознесенска, оказались крепкими орешками. "Мы показали им крепдешиновые платья, но они сказали, что уже приобрели их, — рассказал продавец крупнейшего московского универмага. — Мы предложили им дру-

гие наряды, из шелка, но бесполезно: они сказали, что такие у них тоже есть". Сестры Виноградовы искали шерстяные платья, но подходящих размеров в магазине не оказалось»[9].

Таким образом, изменение социального статуса маркировалось приобретением красивой одежды. Последняя, однако, была доступна лишь избранным, и бóльшая часть граждан к этой категории не относилась. Шила Фицпатрик (Fitzpatrick 1993: 219–227) выделила два измерения советской реальности сталинской эпохи: «жизнь, как она есть» и «жизнь, как процесс становления». Роскошные товары, приобретаемые стахановцами, в 1930-е годы были недосягаемы для их коллег. Дело было не только в том, что самые обычные вещи были рабочим не по карману — они попросту отсутствовали в магазинах. В 1934 году фабрика «Первомайка» выпустила 75 тысяч платьев, 85 тысяч юбок, 65 тысяч пар брюк и 39 тысяч блуз из белой ткани. Как сообщалось в газете «Ленинградская правда», выбор столь маркого цвета, весьма странный в условиях недостатка мыла, объяснялся отсутствием необходимых красителей для хлопка[10]. Однако если ежедневные издания все-таки время от времени писали об имевшихся в стране реальных бытовых проблемах, фильмы и журналы, как правило, предпочитали исключения правилу. Идея создания радикально нового утопического общества осталась в прошлом. Страна переживала период индустриализации, и этот стремительно протекающий процесс требовал не менее активного конструирования мифического образа реальности.

Московский дом моделей

В контексте сталинского мифа образ модного платья со временем приобретал все большее значение. В 1935 году существование советской моды получило официальное подтверждение: в Москве появился Дом моделей[11]. Церемония его открытия, как и другие события того времени, связанные с модой, широко освещалась прессой. В ноябре 1935 года газета «Вечерняя Москва» опубликовала две фотографии. Первая запечатлела один из эпизодов показа мод в Доме моделей, присутствовавших там деятелей искусства и представителей политической элиты, другая представляла собой портрет директора Дома моделей, товарища Макаровой[12]. Месяц спустя в той же газете появился отчет о презентации новых модных коллекций в Универмаге № 1[13]. Всего через пару дней «Вечерняя Москва» сообщила читателям, что сотрудники ателье треста «Москвошвей» предлагают покупателям готовые наряды, принимают индивидуальные заказы на пошив одежды и разрабатывают новые модели[14]. Эти публикации, размещенные между рекламой американских кинофильмов и элегантной одежды, свидетельствовали об изменении сюжета сталинского метанарратива.









Вверху: Ил. 2.4. Платья работы Е. Райзман (слева) и Н. Макаровой (справа). Дом моделей. 1936, № 1

Внизу: Ил. 2.5. Модели Ф. Гореленковой (слева) и С. Топленинова (справа). Дом моделей. 1936, № 1

В 1936 году вышел в свет первый номер ведомственного журнала «Дом моделей». В редакционной статье сообщалось о двух дополняющих друг друга направлениях, лежащих в основе создания советского модного стиля. Первый — путь независимого, свободного творчества с использованием мотивов традиционной одежды разных народностей, входящих в состав Советского Союза; второй — критическая переработка западных модных техник, заимствование опыта с целью повышения профессионального уровня работников отечественного производства. Объявлялось также, что в период с октября 1935 года по июль 1936 года сотрудники Дома моделей разработали 4297 оригинальных прототипов, которые в настоящее время производятся на московских швейных фабриках, а также на Украине, в Белоруссии, Грузии и Азербайджане[15]. Предполагалось, что творческие и технические задачи Дома моделей будет определять группа художников, специалистов в области моды, а также закройщиков и дизайнеров высокой квалификации под руководством художественного совета, игравшего активную роль в работе института и состоявшего из выдающихся деятелей искусства и политиков высокого ранга[16]. Прославленный модельер Надежда Макарова, начинавшая карьеру под руководством Ламановой в «Мастерской современного костюма», стала первым директором Дома моделей. Ламанова была приглашена туда в качестве художественного консультанта. В работе дизайнерского отдела, возглавляемого еще одной сотрудницей Ламановой, Ф. Гореленковой, участвовали выдающиеся создатели театральных костюмов А. Судакевич и С. Топленинов. Чтобы продемонстрировать значение нового института и особую роль моды в жизни общества, имена членов художественного совета, закройщиков и портных перечислялись в редакционной статье в первом номере.

Фотографии и модные картинки в первом номере журнала изображали ухоженных женщин в изящной деловой одежде на улицах большого современного города. Стиль их нарядов не отличался скромностью или минимализмом, хотя в нем и чувствовалось влияние сдержанной эстетики, свойственной моделям Ламановой. Макарова, директор Дома моделей, хранила верность идеям своей наставницы; ее работы, соответствующие западным тенденциям 1930-х годов, не принадлежали к числу изделий высокой моды. Макарова настаивала на необходимости разработки образцов простой, повседневной одежды, предназначенной для массового производства (ил. 2.4). В журнале впервые появились фотографии платьев. Раньше модные журналы, как правило, публиковали эскизы нарядов — копии иллюстраций из западных изданий или рисунки отечественных дизайнеров-авангардистов[17]. Редакция «Дома моделей» рассматривала этот факт как свое преимущество перед издателями других модных журналов: «Так называемые модные журналы издавались и издаются у нас, но в большинстве своем они страдают одним общим недостатком: в них

мы находим в подавляющей части слепое подражание западным образцам, простое копирование иллюстраций из заграничных журналов. В журнале "Дом моделей" художник и фотограф стоят перед новой и решенной только отчасти задачей — дать наиболее выразительное изображение костюма в сочетании с живым человеком»[18]. Использование возможностей, предоставляемых современными технологиями, как нельзя лучше отвечало духу индустриализации (ил. 2.5). Фотографии «настоящих» платьев создавали впечатление, что они действительно производятся в массовом порядке и их можно приобрести в ближайшем магазине. Впрочем, в журнале публиковались и рисунки костюмов, выполненные живописцами, входившими в художественный совет Дома моделей, — например, М. Родионовым (ил. 2.6).

Между тем модная одежда так и не стала частью повседневной жизни советских граждан. В 1935 году Дом моделей представлял собой слишком амбициозный проект для страны, в которой лишь недавно была отменена карточная система распределения продовольствия, а необходимые потребительские товары, включая одежду, оставались дефицитными. Примечательно, что осуществленная в первом номере журнала идея представлять новые модели с помощью фотографий не получила устойчивого развития. В роскошном журнале «Модели сезона», который начал выходить с периодичностью два раза в год вскоре после появления «Дома моделей» и считался официальным модным изданием, публиковались в основном эскизы и рисунки. Их символическое значение было весьма специфичным. Если фотографии обладали статусом непосредственно предъявляемого публике документа, то рисунки выводили изображаемый предмет за пределы мира торговой конкуренции и шумных производственных цехов. И действительно, великолепные дизайнерские идеи, представленные на этих эскизах, так никогда и не были реализованы (ил. 2.7).

В книге воспоминаний «Моя шокирующая жизнь» Эльза Скиапарелли рассказывала о своем участии в открытии московского Дома моделей в конце 1935 года. Она выступала в качестве официального представителя Франции на выставке изделий легкой промышленности[19]. Скиапарелли писала: «Под стеклянным шаром медленно поворачивались электрические манекены, демонстрируя довольно странные туалеты, точнее, странные для меня: мне-то думалось, что одежда работающих людей должна быть простой и практичной, а тут — оргия шифона, бархата и кружев» (Скиапарелли 2008: 141–142).

Потолок Дома моделей на улице Сретенка был расписан Владимиром Фаворским. Роспись в сталинском монументальном стиле изображала мифологический мир социалистической моды. Двое мускулистых мужчин гарцевали верхом на лошадях, еще один маршировал, играя на аккордеоне. Композицию дополняли фигуры трех женщин, одетых в платья, отдаленно напоминающие неоклассические туники[20]. Всадники, репрезентирующие идею мифологии и экзотики,



Ил. 2.6. Эскиз модели Надежды Макаровой, выполненный М. Родионовым. Дом моделей. 1936, № 1

служили символическими проводниками моды, которая под музыку аккордеона шествовала в некий невероятный мир, где древний Рим и Греция счастливо сосуществовали с русской народной культурой. В мемуарах Ады Честертон, повествующих о ее возвращении в 1939 году в Москву (где она бывала ранее в качестве супруги посла Великобритании), имеется описание роскошного интерьера Дома моделей: «Здание очень красиво. Просторная студия с окнами, расположенными по всей длине стены, выкрашена в нежно-зеленый цвет, идеально сочетающийся с серыми бархатными шторами и ворсистыми коврами.



Ил. 2.7. Вечерние платья. Модели сезона. 1938, № 2

Атмосфера этого места напоминала о Париже. Я хорошо помнила московские скучные тона и длинные юбки дам и совсем не была готова лицезреть экзотические творения, которые демонстрировали невероятно красивые девушки» (Chesterton 1942: 17). Конструктивисты вроде Варвары Степановой, приветствуя происходящие в мире перемены, не оставляли в нем места для моды.

Сталинская культура, напротив, создала для моды целый новый мир, мифологизированное пространство, основав Дом моделей, ателье и глянцевые женские журналы и не оставив ей при этом ни малейшего шанса на изменение. В этом мире костюм был свободен от власти времени. Его уделом стала вечность.

Скромная и практичная одежда не могла удовлетворить грандиозные государственные амбиции. Она не годилась для того, чтобы наряжать героев масштабной кампании, развернувшейся вокруг индустриализации. Дженни Ли, член парламента Англии от партии лейбористов, приезжавшая в Москву в 1936 году, также делилась впечатлениями о великолепном модном показе, на котором присутствовали молодые фабричные работницы: «Это было поистине грандиозное событие. Казалось, что находишься в студии знаменитого лондонского или нью-йоркского кутюрье. Манекенщицы были того же уровня. Первой на подиуме появилась высокая стройная блондинка. Всё, до малейших деталей, выглядело идеально. Безупречная прическа, тонкие брови, профессионально наложенный макияж — трудно было бы найти девушку красивее в любой из европейских столиц»[21]. В числе 30 моделей, демонстрировавшихся во время показа, было черное вечернее платье с длинным шлейфом. Дженни Ли заметила, что работницы в зале одеты очень скромно, но из разговоров с ними она поняла, что девушки всерьез надеются вскоре приобрести и надеть изящные туалеты, которые они только что видели. Чтобы убедить английскую гостью в эффективности советской экономики, одна из женщин спросила: «Вы видели наше метро?»[22] Построенный в рекордные сроки, отделанный мрамором, украшенный колоннадами и хрустальными светильниками, московский метрополитен, подобно модным платьям, был предназначен для того, чтобы воскресить утраченную роскошь дореволюционного мира и сделать ее доступной для рабочего класса. В статье о советской моде, опубликованной во французском журнале Regards вскоре после поездки Скиапарелли в Россию, цитировались ее слова в адрес Советов: «Вкладывайте силы и средства в производство повседневной одежды, а не в создание вечерних платьев»[23].

Итак, в середине 1930-х годов в московском Доме моделей под взглядами восхищенных русских фабричных работниц и изумленных иностранок, подобных Эльзе Скиапарелли, Дженни Ли и Аде Честертон, появилась на свет социалистическая мода. Новорожденную не беспокоили ни колебания рынка, ни трудности быта. При всей своей симпатии к Советам, стремившимся вывести страну на новый экономический уровень, возродить производство и построить новый тип социума, Ада Честертон, побывавшая на модном показе в Доме моделей на Сретенке, не могла удержаться от очевидного вопроса: «"Но что же, — спросила я, — что происходит потом с этими чудесными вещами? Я не видела, чтобы женщины на самом деле носили нечто подобное. Разве эти модели не выпускаются на фабриках?" В ответ я слышала все ту же старую

песню. На изготовление тканей и копирование моделей уходит много времени и труда. Поэтому необходима стандартизация процесса производства. Пока что продукция предприятия предназначена для использования в театральных постановках и кинофильмах. Актеры там обычно всегда очень хорошо одеты. Но — и здесь в дело вступает пятилетний план — когда придет время, все будет готово к тому, чтобы завалить страну великолепной одеждой и всевозможными аксессуарами» (Chesterton 1942: 18).

В то же время в спешном порядке было организовано массовое производство прозодежды. Последняя, впрочем, превратилась в обычный предмет первой необходимости, не отягощенный прежним символическим и идеологическим значением. Что касается социалистической моды, то она не зависела от производства и существовала в пространстве сталинского культурного мифа как самодостаточное явление, как уникальный, неподвластный времени предмет роскоши. Она являлась публике в кинофильмах, театральных постановках, смотрела со страниц женских журналов. Экзотические наряды, демонстрировавшиеся на идеально спланированных модных показах, представляли собой в чистом виде идеологический феномен, сотворенный в единственном экземпляре усилиями дизайнеров и портных. Эта мода не имела отношения к повседневной реальности. Одежда Дома моделей выполняла лишь репрезентативные функции. Воплощая собой намеренно конструируемый государством мифический образ, она не годилась для реального использования.

Модный прототип

Несмотря на все старания, советская индустрия была не в силах соответствовать амбициозным проектам, порожденным советской идеологией и сталинским мифом. Производственный процесс был плохо организован, не хватало сырья, швейные фабрики были вынуждены довольствоваться низкокачественными материалами. Карточная система распределения товаров была упразднена в конце 1935 года, однако многие вещи по-прежнему оставались слишком дороги или отсутствовали в магазинах[24]. Поощряя развитие моды, государство, в силу сложных экономических условий, просто не могло обеспечить своих граждан качественной одеждой. В 1937 году популярный журнал «Работница», время от времени уделявший внимание проблемам, с которыми женщинам приходилось сталкиваться в повседневной жизни, опубликовал рассказ журналистки Марии Юриной о ее походе по магазинам в поисках подходящего готового платья. Оказалось, что в Москве невозможно найти ничего более или менее привлекательного: все платья были неудачно скроены и скверно пошиты, а рисунок ткани давно вышел из моды. Красивые модели Марии удалось обнаружить лишь в витрине Дома моделей на Сретенке — но,



Ил. 2.8. Каталог Ленинградской меховой фабрики «Рот-Фронт». 1936–1937

как выяснилось, это были лишь образцы, предназначенные для фабричного производства. Между тем злоключения Юриной наглядно свидетельствовали о том, что подобные платья в действительности не производились: новые модели не поступали на фабрики, и те выпускали лишь стандартную, безвкусную и уродливую одежду[25].

Идеальные, безукоризненно скроенные и сшитые костюмы, демонстрировавшиеся в журнале «Модели сезона» и в роскошных каталогах, которые



Ил. 2.8. Каталог Ленинградской меховой фабрики «Рот-Фронт». 1936–1937

начали публиковаться в конце 1930-х годов, предназначались для представителей новой элиты, втайне наслаждавшихся, казалось бы, давно ушедшими в прошлое предметами роскоши. В изданном Народным комиссариатом внутренней торговли каталоге изделий зимней коллекции 1936–1937 годов, изготовленных ленинградской меховой фабрикой «Рот-Фронт», можно увидеть лишь богатые шубы, меховые шапки и накидки. Напечатанный в цвете, на бумаге высшего качества и вышедший тиражом в несколько тысяч экземпляров,





Ил. 2.10. Рисунок из «Журнала мод». 1945, № 1
Ил. 2.11. Юрий Пименов. Обложка «Журнала мод». 1945, № 3–4

каталог был адресован узкому кругу избранных. Глазам счастливого обладателя каталога представали элегантные, идеально сложенные дамы, с умело наложенным макияжем, закутанные в меха, в шляпках, кокетливо сдвинутых на одну бровь, в белых перчатках и черных туфельках на высоком каблуке. Они могли бы служить моделями блистательным парижским кутюрье, рекламирующим эксклюзивные изделия для самых богатых и разборчивых клиентов. Примечательно, впрочем, что силуэты нарядов соответствовали стилю западной моды 1920-х, а не 1930-х годов: к моменту появления каталога европейская верхняя одежда отличалась уже более свободным покроем. Эта деталь свидетельствовала не только о культурной изоляции советского государства, но и о стремлении его высших слоев к роскоши как таковой — стремлении, намного превосходящем интерес к актуальным модным тенденциям (ил. 2.8, 2.9).

Триумфальное шествие социалистической моды прервалось на время Второй мировой войны, но возобновилось сразу после ее окончания. В 1945 году, наряду с журналом «Модели сезона», появилось новое издание «Журнал мод», выпускаемое под эгидой Министерства легкой промышленности. Оба журнала по-прежнему репрезентировали образы, порожденные сталинским мифом (ил. 2.10). Оформлением обложек «Журнала мод» в основном занимался известный в Советском Союзе художник Юрий Пименов, работы которого полностью соответствовали пропагандируемой журналом эстетике элегантности.

На одном из его рисунков, выполненном в прозрачной импрессионистской манере, изображена прелестная молодая женщина, идущая по улице зимней Москвы. Ее голубое пальто отвечает духу западной послевоенной моды конца 1940-х годов. Воротник отделан каракулем, на голове у девушки изящная шляпка, в руках — черная сумочка. Она выглядит как настоящая леди. Изящество ее юного облика оттеняет матовый черный блеск асфальта на заднем плане. Москва 1945 года, окутанная легкой снежной дымкой, кажется романтичной и чарующей (ил. 2.11). Публиковавшиеся в журнале модели элегантных платьев, а также объявления, рекламирующие предметы роскоши, свидетельствовали о том, что выходящий ежемесячно «Журнал мод», как и четыре ежегодных выпуска «Моделей сезона», ориентировался на советскую элиту. Реклама роскошных изделий московской Меховой фабрики № 2, изображавшая двух дам, закутанных в дорогие шубы, смотрелась здесь вполне уместно (ил. 2.12).

В то время как популярное издание «Работница» выходило тиражом в несколько миллионов экземпляров, маленького тиража «Журнала мод» не хватало для того, чтобы удовлетворить потребности национальной и региональной элиты. Тем не менее к концу 1940-х годов опубликованные в журнале эскизы и фотографии репрезентативных моделей заслужили высокую оценку руководителей Общесоюзного дома моделей и его региональных отделений, контролировавших процесс разработки, производства и распределения одежды[26]. Образцы одежды, демонстрируемые «Моделями сезона» и «Журналом мод», маркировались как изделия ОДМО или одного из его региональных отделений. Кроме того, в описание модели включалось имя создавшего ее дизайнера. Эта практика сообщала публикациям авторитетность и внушительность, а также подсказывала читательницам, к кому им стоит обратиться, если они хотят заполучить то или иное платье, поскольку демонстрируемые модели отсутствовали в магазинах. В первом номере редакция «Журнала мод» объявляла, что считает своим долгом повышать уровень осведомленности читателей в вопросах, связанных с культурой потребления, а также прививать им вкус к красивой одежде[27]. Следуя законам сталинского мифа, издатели могли предъявлять публике лишь прототипы, разработанные специалистами модных институтов. Фотографии и эскизы сопровождались названием модели и ее техническим описанием. Другая текстовая информация в журнале отсутствовала. Он походил на шикарный художественный альбом, которым следовало любоваться, неспешно перелистывая страницы (ил. 2.13).

Зародившиеся в середине 1930-х годов практики, связанные с разработкой и изготовлением тканей и одежды, продолжили свое существование и в послевоенное время. Демонстрируя потребителям образцы изысканных нарядов, власти по-прежнему не могли обеспечить адекватный уровень производства и распределения повседневной одежды. Точнее сказать, сталинский миф вообще



Ил. 2.12. Модели из меха. Журнал мод. 1945, № 1

не признавал существования категорий «повседневности» и «среднего уровня». Предполагалось, что одежда массового производства должна в точности копировать роскошные модели «Журнала мод» и «Моделей сезона» или помпезные наряды, выставлявшиеся на официальных модных показах, которые возобновились сразу после окончания войны. В 1945 году британский Vogue рассказывал своим читателям о дефиле, состоявшемся в Общесоюзном доме моделей в Москве. В течение пяти дней было продемонстрировано 1100 моделей; 325 из них члены жюри отобрали для массового производства, поскольку сочли эти наряды «привлекательными, функциональными и подходящими для фабричного изготовления» (Aldridge 1945: 49). Заместитель народного комиссара легкой промышленности Рыбаков обещал, что каждая модель будет произведена в пяти размерах и пяти цветах. Несмотря на это, английский корреспондент



недоумевал по поводу критериев, которыми руководствовалось профессиональное жюри при отборе: «Многие костюмы были отделаны мастерски выполненной ручной вышивкой. Я был очень удивлен, когда заметил, что эти модели отбираются для массового производства» (Там же). Даже предельно централизованная индустрия, жестко контролируемая государством, не могла соответствовать фантастическим требованиям сталинского мифа. Как заметил Ролан Барт, в моде, как и в языке, существуют системный, или синхронический, и динамичный, диахронический уровни. Главная проблема — обеспечить взаимодействие между ними, создать диалектическую связь между системой и процессом (Barthes 2006: 10–11). Формирование сталинского мифа привело к стагнации запущенного большевиками процесса социальной и экономической перестройки. В социалистической моде отсутствовала связь между системным и процессуальным уровнями: с середины 1930-х годов она предпочла синхронию, или систему, диахронии, или динамике. Предельная бюрократизация управления швейной и текстильной индустрией также способствовала ее недееспособности. Открытие региональных Домов моделей, являвшихся дочерними предприятиями ОДМО, завершило процесс централизации модных институтов. Ленинградский дом моделей, основанный в 1945 году, в первый год работы поставил ленинградским фабрикам 500 образцов костюмов. В 1954 году их число достигло 1500[28]. Дом моделей в Горьком был открыт в 1949 году. Он поставлял модели 50 фабрикам, расположенным в трех соседних республиках[29].

Жесткая иерархическая бюрократическая система сталинской эпохи определяла характер бытования моды вплоть до краха социалистического государства. Принцип ее организации не позволял советским предприятиям соответствовать запросам потребителей. Директора заводов и фабрик руководствовались лишь распоряжениями руководящих органов, служивших единственным источником ассигнований и плановых предписаний. При отсутствии или недостатке на предприятии сырья или другого необходимого компонента производственного процесса работа не могла быть остановлена, поскольку план требовалось выполнять при любых условиях. Соответственно, производились «замены», кардинальным образом влиявшие на качество продукции[30]. После нескольких «замен» одних тканей или деталей платья на другие, имеющиеся в наличии, внешний вид и качество одежды, воспроизводившейся в сотнях тысяч экземпляров и поступавшей на прилавки магазинов, имели мало общего с модными картинками или образцами, которые поставлялись на фабрику центральным Домом моделей.

При неосуществимости реальных перемен мифическое пространство, служившее средой обитания представительских моделей, продолжало расширяться. В 1951 году на московской сцене была поставлена пьеса Анатолия

На с. слева: Ил. 2.13. Модели платьев. Журнал мод. 1950, № 2

Сурова «Рассвет над Москвой», в которой затрагивался вопрос о необходимости реформирования текстильной индустрии и обнажались принципы действия централизованной системы управления производством[31]. В центре сюжета — представители трех поколений женщин, работающих на одной текстильной фабрике. Молодой дизайнер Саня Солнцева мечтает создавать новые красивые ткани с рисунком в этническом стиле. Ее мать Капитолина Андреевна, директор фабрики, думает лишь о перевыполнении плана и не в состоянии понять, что уродливая продукция, пусть даже и выпускаемая огромными партиями, не устраивает потребителей. Солнцева обращается за помощью к своей бабушке, старой большевичке. Вместе они пытаются заручиться поддержкой облеченных властью коммунистов, чтобы изменить производственную политику предприятия. В конце концов, благодаря вмешательству сверху, это удается сделать, и фабрика начинает выпускать новые, сияющие веселыми красками ткани. Таким образом, согласно сталинскому мифу, функция производства заключается не только в выполнении плана, но и в удовлетворении желаний потребителей. Утверждая, что простые люди заслуживают лучшего, Суров выполнял идеологический заказ поздней сталинской культуры. Однако в его сюжете просматривается и другой смысловой пласт. Он демонстрирует полную зависимость советской индустрии от воли представителей высшей коммунистической номенклатуры, протекции которых следует искать, чтобы хоть что-то изменить. Эта практика зародилась еще при большевиках (за которых представительствует бабушка героини) и впоследствии не утратила действенной силы. Апелляция к высшему политическому руководству составляет один из ключевых сюжетных ходов пьесы, и юной героине открыто советуют прибегнуть к этому средству, из чего следует, что описанная практика имела легитимный характер и была широко распространена.

С момента зарождения и до самого конца сталинская культура существовала в условиях конфликта между полной проблем повседневной реальностью и жизнерадостным мифом, репрезентируемым массовой культурой. Всеохватность и грандиозный характер мифической реальности свидетельствовали о том, что сталинская эпоха оставила прежние революционные идеалы и связанную с ними эстетику далеко в прошлом.

Помпезная эстетика социалистической моды

И в визуальном, и в концептуальном отношениях эстетика социалистической моды противоречила идее массового производства. В конце 1930-х годов журнал «Модели сезона» публиковал в основном лишь изображения вечерних нарядов и платьев для коктейлей, которые демонстрировали идеально

ухоженные женщины. Образ стройного и соблазнительного тела, облаченного в элегантное, подчеркивающее плечи платье, являлся визуальной репрезентацией концепта великолепия и роскоши[32]. В 1935 году Эльза Скиапарелли разработала небольшую коллекцию моделей специально для советских женщин. Впоследствии она вспоминала: «Распространился слух, что я нарисовала платье для советской женщины. Ранее Сталин решил, что его офицеры будут носить знаки различия — золотые звезды, идеально скроенные кители и брюки с широкими лампасами. Они должны освоить фокстрот, а комиссары — еще и игру в гольф. Красноармейцы должны учить своих жен хорошо одеваться. В западных газетах появилась сенсационная новость, будто бы я разработала туалеты, которые предстоит носить сорока миллионам женщин в России. Жена Стаханова, шахтера, зачинателя знаменитого движения, якобы получила в подарок автомобиль, счет в банке и платье последней модели от Скиапарелли». Ее модель представляла собой скромное черное платье в стиле «Скиап». Дополнением к нему служили широкое красное пальто на черной подкладке и шерстяная вязаная шапочка; на ней — застежка-молния и кармашек. Скиапарелли вспоминала, что, вопреки всем ожиданиям, этот дизайн в Советском Союзе был встречен с недоумением, поскольку оказался слишком прост (Скиапарелли 2008: 140) (ил. 2.14).

В марте 1936 года Дженни Ли, выполняя журналистское задание Daily Express, не смогла найти следов костюма, разработанного Скиапарелли всего три месяца назад. «Мне было любопытно, что стало со знаменитой моделью Скиапарелли, созданной специально для русских женщин. Казалось, о ней никто ничего не знает. Наконец, я ее обнаружила. Несчастный костюм пылился в темном углу выставки французских импортных товаров в зале Торгово-промышленной палаты (ранее — фондовой биржи). Советские специалисты в области моды отвергли ее как неподходящую для массового производства»[33]. Чиновники заявили, что дизайн выглядит слишком «банально», а карман станет слишком большим соблазном для воришек в общественном транспорте[34]. Коллекция Скиапарелли была актуальна, и, при наличии соответствующей технологии, учитывающей запросы рынка, ее легко было запустить в массовое производство. Однако в Советском Союзе от нее отвернулись, сочтя слишком простой.

Нельзя сказать, однако, что процесс формирования социалистической моды не предполагал обращения к традиционной и современной западной модной эстетике. К середине 1930-х годов отечественный модный стиль так и не был создан, так что сталинской культуре не оставалось ничего другого, как позаимствовать его у Запада. Специалисты Дома моделей и модных ателье, существовавших на базе больших текстильных компаний и универмагов, именуемых «дворцами потребления», с одобрения администрации выписывали западные модные журналы. Разумеется, капризы западной моды не должны были влиять

на совершенство и помпезный стиль социалистического костюма. Европейские модели не просто копировались, но и тщательно подгонялись под новый консервативный идеал красоты и женственности. Если посмотреть, какие именно наряды выбирались редакторами советских модных журналов из аналогичных западных изданий[35], становится очевидно, что от моды требовалось соответствие принципам социалистического реализма. Костюм должен был выглядеть величественно, быть классическим, производиться в единственном экземпляре и дорого стоить. Это корреспондирует с определением Иосифа Бакштейна, заметившего, что социалистический реализм гомогенизировал идеологически несовместимые конструкты на пластическом и стилистическом уровнях репрезентации, сплавляя архаические и модернистские элементы культуры для выражения мифологической семантики (Bakshtein 1993: 49). Заимствуя у Запада сложный покрой и идею традиционной роскоши, социалистическая мода в то же время опиралась на русское национальное культурное наследие. Платья все чаще декорировались народным орнаментом. Советская мода создавала для себя новую, вымышленную традицию. В этнических узорах, украшавших ранее модели Надежды Ламановой, чувствовалось влияние дореволюционной художественной эстетики, ценившей разнообразие. В 1930-е годы народная культура, напротив, превратилась в один из элементов всепоглощающего сталинского мифа. Этнические образы, используемые дизайнерами, синтезировали мотивы бесконечного числа орнаментов, созданных населяющими Советский Союз народностями, унифицируя и сглаживая их специфические черты (ил. 2.15).

Повседневные модели работы Макаровой и созданный Топлениновым городской костюм, состоявший из спортивного пиджака и юбки-брюк, демонстрировавшиеся в первом выпуске журнала «Дом моделей» (1936), еще носили на себе отпечаток модернистской эстетики. В том же номере, однако, были представлены пышные вечерние туалеты, изготовление которых требовало высокого уровня мастерства. Именно эти модели репрезентировали официальный стиль социалистической моды. Безукоризненная техника исполнения, идеальный крой и совершенные линии — все это служило созданию новой классики, свободной от власти времени. Наряды, созданные по западным образцам, были призваны защитить социалистическую моду от вариативности. В контексте тотально контролируемого мифического нарратива мода вечно пребывала на уровне синхронии, не допускающем внезапных изменений. Критикуя идеологию, претендующую на статус вечности, Вальтер Беньямин заметил, что вечность в значительно большей степени воплощена в оборках платьев, чем в идеях (Benjamin 1999: 69). Парадоксально, но в обстановке Дома моделей социалистическая идеология обрела свое предельное воплощение именно в оборках платьев.

Советская модная классика имела ряд стилистических вариаций, от помпезной роскоши до скромного очарования. Все они, однако, служили репрезен-



Ил. 2.14. Эльза Скиапарелли. Дизайн костюма для советской женщины. Daily Express. 26 марта 1936

Ил. 2.15. Модели платьев. Модели сезона. 1938, № 2



тациями чудесного мира, не имеющего ничего общего с повседневными проблемами, начало которым положило введение в жизнь программы пятилетних планов. Как замечал русский художественный критик Глеб Прохоров, социалистический реализм был не просто разновидностью искусства, но настоящей

новой реальностью, которая существовала a priori и полностью подчинялась официальной идеологии (Prokhorov 1995: 28). Эстетика костюмов, создаваемых специалистами московского Дома моделей, в стилистическом и онтологическом отношениях соответствовала канону социалистического реализма. Модные журналы творили реальность, не существовавшую в действительности. Леонид Геллер упоминает о свойственном сталинской эстетике представлении о тождестве красоты и жизни, которое отнюдь не являлось абсурдным: соцреализм предполагал, что все, что изображается его адептами, действительно существует в объективной реальности. Таким образом, приверженцы соцреализма творили ее в гораздо большей степени, чем авангардисты, которые лишь надеялись на то, что им удастся это сделать. В этом отношении социалистический реализм напоминал средневековую культуру, не проводившую онтологического различия между «увиденным» и «написанным» (Heller 1997: 68).

Сталинская эпоха отказалась и от авангардной эстетики большевиков, и от свойственного НЭПу стремления буквально копировать культуру Запада. Социалистическая мода превратилась в один из ключевых символов нового мира. Отвергнув искания и достижения предшественников, идеологи сталинизма сделали ставку на массовую культуру, мир которой изобиловал экзотическими предметами роскоши, от автомобилей новейших марок до граммофонов, роялей, абажуров, шикарных гардин, духов, косметики, мехов, дамских шляпок и элегантных платьев[36]. Прежде к подобным вещам относились с презрением, так что теперь приходилось заимствовать их за границей. Однако динамичные отношения с Западом, существовавшие при большевиках и в эпоху НЭПа и включавшие в себя отрицание, конкуренцию, сравнение, сотрудничество и обмен, закончились с приходом к власти Сталина. Разнообразные элементы западной культуры и эстетики превратились в сырье для производства сталинской массовой культуры и разработки ее визуального лексикона. Этот процесс был одновременно и дискриминационным, и творческим, поскольку позаимствованные предметы роскоши подвергались ресигнификации, в результате чего их первоначальное значение менялось. Извлеченные из органичной для них коммерческой реальности, они приобретали в рамках сталинской культуры исключительно репрезентативные функции. Хотя тяга европейцев и американцев к роскоши и комфорту по-прежнему трактовалась как признак декаданса и экстравагантности, в новом контексте она рассматривалась уже как атрибут прогрессивного демократического общества, необходимая составляющая «культурного» образа жизни[37]. Последний эпитет приобрел специфическое значение. В отличие от прежней «культуры», новый набор ценностей, предпочитавший знание этикета общению с высоким искусством, именовался «культурностью»[38].

Ритуалы западного общества были адаптированы и тщательно переосмыслены социалистическим социумом. Мода была одним из них. Пред-

полагалось, что культурный человек ведет себя прилично и тщательно заботится о собственной внешности. Организуемые Министерством пищевой промышленности масштабные рекламные кампании, призывавшие советских людей покупать новые духи и косметику, информировали граждан о новой государственной политике в сфере моды в большей степени, нежели способствовали потреблению конкретных товаров. Пресса занималась описанием и объяснением смысла новых ритуалов — от привычки наряжаться и ухаживать за своим телом до посещения театра или магазина. Наряды, декорированные этническим орнаментом, популяризировали тягу к роскоши и украшениям и возвращали легитимный статус идее женственности. Притягательные образы вызывали у публики стремление обладать ими и служили своеобразным инструментом окультуривания масс. Кроме того, предполагалось, что новая мода должна быть оригинальна, а не заимствована у Запада или у авангардистов.

Создатели утопического большевистского проекта полагали, что эгалитарному социуму больше подойдет функциональный стиль, но в помпезной сталинской эстетике не осталось места простоте и скромности. Впрочем, репрезентация роскоши имела свои градации, соответствующие стратификации позднего сталинского общества. Вера Данэм, исследовавшая процесс формирования советского среднего класса в 1940-е годы, утверждает, что в это время значимую социальную роль начала играть административная и техническая интеллигенция, выжившие после многочисленных чисток представители мелкой буржуазии и мещанства, сменившие стахановцев как наиболее важную общественную группу. Эти люди были аполитичны и не склонны к критике власти, жадны до материальных благ и продвижения по социальной лестнице (Dunham 1990: 13–17)[39]. Вслед за появлением нового среднего класса застывшие образы шикарных дам в журнале «Модели сезона» слегка потеснились, уступив место очаровательным женственным моделям, которые все чаще начали мелькать на страницах популярных журналов, картинах и плакатах. В 1937 году даже в массовом журнале «Работница» появились изображения симпатичных платьев и костюмов, выполненных в пастельных тонах. Наряды демонстрировали стильные изящные девушки, а к моделям прилагались выкройки. Иными словами, власти начали пересматривать существовавший ранее образ идеальной советской женщины, основой которого служила ницшеанская концепция сверхчеловека.

Костюм для суперженщины

Осуществляя централизованное управление индустрией при помощи пятилетнего плана, сталинское государство точно так же контролировало производство мифических образов, призванных разрешить гендерный кризис, беспокоивший модернистов 1920-х годов. Разнообразные вариации идеальной

женщины сталинской эпохи не конкурировали друг с другом (как, например, женские образы, созданные конструктивистами и представителями культуры НЭПа). Они всегда репрезентировали официальную идеологию и пропагандировались государственными средствами массовой информации, от кинофильмов и театральных постановок до литературных произведений, журнальных статей и афиш. Сталинская культура неустанно отмечала выдающиеся достижения и элегантный облик своих идеальных женщин, будь они ударницами труда, партийными делегатками, молодыми специалистами, политически подкованными домохозяйками или матерями. Сталинский миф пытался вобрать в себя всю реальность целиком, подчинить себе повседневность, трансформировав ее в набор привлекательных картинок. Школьная учительница, трудолюбивая фабричная работница, стахановка в угольной шахте — все они были ухожены, красиво причесаны и наряжены. Эти женщины выглядели элегантно и в блестящих кожаных жакетах, предназначенных для занятий авиационным или парашютным спортом, и в шикарных длинных платьях, надевавшихся для посещения театральной премьеры (ил. 2.16).

С середины 1930-х годов, когда Сталин полностью взял страну под контроль, концепт женственности снова стал частью официального дискурса. Советская культура вернулась к образу монументального женского тела, сила и здоровье которого требовались для строительства нового общества. С началом индустриализации этот образ приобрел особенную актуальность. Государственная политика не предполагала освобождения женщин от тяжелой работы, требовавшей физической силы, — напротив, их поощряли браться за самые трудные задачи. Однако ранний большевистский концепт, основой которого служила идея сверхчеловека Ницше, был переосмыслен. Прежде идеальная женщина была скромна, и хотя ее пышная грудь и широкие бедра воспроизводили классические женственные формы, их скрывали длинная широкая юбка, рабочий фартук или крестьянское платье. Теперь соблазнительная фигура и обнаженная плоть не нуждались в маскировке: на плакатах ударница труда представала глазам публики во всей своей мускулистой красоте, а молодая спортсменка — в коротком открытом наряде.

Поскольку сталинский миф стремился объять все аспекты жизни, образ партийной делегатки также изменился. Теперь у нее была красивая прическа, она пользовалась косметикой и была облачена в модный костюм. В 1920-е годы политические активистки носили наряды в стиле детского матросского костюмчика и уделяли больше внимания партийной работе, чем собственной внешности. В 1930-е годы этот образ, воплощавший собой идею гендерной амбивалентности, утратил актуальность. Проводниками официальной социалистической модной эстетики служили не только элитарные издания вроде «Моделей сезона» или популярные женские журналы, такие как «Работница»,



Ил. 2.16. Обложка журнала «Работница». 1937, № 3

но и многочисленные репрезентативные произведения искусства, иллюстрировавшие и воспроизводившие значимые политические события. На таких картинах работницы, встречающиеся со Сталиным, носят бежевые костюмы с пояском, прелестные платья в цветочек и шелковые шарфы. В рамках сталинской мифической реальности образ модного наряда не противоречил торжественной атмосфере партийного съезда. Новая идеальная советская женщина без труда сочетала политическую активность с любовью к элегантным платьям (ил. 2.17).

Изменение официальной гендерной политики привело также к кардинальной трансформации образа стахановки. Помпезный сталинский стиль,





Ил. 2.17. Михаил Соловьев.
Плакат «Таких женщин не бывало
и не могло быть в старое время». 1950

Ил. 2.18. Модели пальто.
Ударница Урала. 1937, № 2



Ил. 2.19. Работница. 1937, № 12

обогащенный элементами западной роскоши, достиг самых удаленных уголков Советского Союза. В 1937 году уральское региональное издание, посвященное женскому стахановскому движению, неожиданно начало публиковать коллекции модной одежды. Искусно наложенный макияж, изящные прически, широкополые шляпы, высокие каблуки, длинные облегающие фигуру платья предназначались для женщин с осиными талиями (ил. 2.18). Обложки «Ударницы Урала» также изменились. Вместо стоящих у станков трудолюбивых заводских работниц в униформе на них появились очаровательные молодые дамы, занимающиеся спортом — например, плаванием — или загорающие

в купальниках. Это свидетельствовало об изменении отношения государства к образу женского тела. Возвращаясь к представлению о женственности в его самом традиционном варианте, государство вместе с тем стремилось жестко контролировать процесс репрезентации одобренного им образа. Например, в 1937 году в журнале «Работница» повествовалось о том, как сотрудницы «Метростроя» сразу после окончания смены спешат переодеться в вечерние платья и наложить на лица макияж. Героиня очерка заявляла корреспонденту: «На работе под землей я хожу в резиновых сапогах, брюках, голову повязываю платком. <...> А дома и в выходной день люблю, чтобы платье у меня было и модное, и красивое, и нарядное. Да и все наши девушки любят хорошо одеваться. В театре или на вечере, когда встретишь нашу метростроевку, никогда и не узнаешь, что она работает под землей»[40].

Границы мира моды раздвинулись еще шире, когда государственная идеология вновь начала поддерживать традиционную гендерную политику. Официальное признание значения женственного образа, воплотившегося среди прочего в консервативном и изящном стиле одежды, свидетельствовало о тесной внутренней связи моды с гендерной идентификацией. Подлинная женщина должна была выглядеть миловидно — это вменялось ей в обязанность. Если постреволюционное социалистическое общество под влиянием ницшеанской идеи сверхчеловека отрицало значимость гендерной дифференциации, а текучая и неопределенная социальная атмосфера 1920-х годов побуждала отдавать предпочтение андрогинному образу, то в 1930-е годы гендерные границы вновь приобрели отчетливость. Возвращение к традиционному концепту женственности свидетельствовало о стабилизации общества (ил. 2.19).

Неувядающая женственность

В сталинскую эпоху модные журналы содержали в основном изображения роскошных парадных костюмов, выполненных специалистами разных Домов моделей в стиле социалистической моды. Красивые ухоженные женщины демонстрировали длинные шелковые вечерние платья, декорированные этническим орнаментом и дополненные эффектными ювелирными украшениями, пропагандируя традиционную концепцию роскоши. В начале 1950-х годов один из персонажей пьесы Сурова «Рассвет над Москвой», товарищ Степанян, заявлял: «Товарищ Сталин сказал нам, текстильщикам: оденьте наших советских женщин по-княжески, пусть весь мир ими любуется!» (Суров 1951: 121) (ил. 2.20).

После смерти Сталина в 1953 году Хрущев, придя к власти, не только осудил сталинскую внутреннюю политику, но и объявил войну помпезному стилю. Вскоре начала формироваться новая эстетика советской моды. В соответ-



Ил. 2.20. Модели платьев (фрагмент). Журнал мод. 1945, № 3–4

ствии с ее принципами лаконичность западного костюма переосмыслялась как скромность. Предполагалось, что функциональный покрой и простые силуэты позволят, наконец, наладить массовое производство одежды. Короткий период между смертью Сталина в 1953 году и утверждением новой советской эстетики после 1956 года характеризовался поворотом «Журнала мод» и «Моделей сезона» к неоклассицизму. Девушки-модели по-прежнему отличались природным изяществом и носили красивые элегантные платья, но многие элементы



Ил. 2.21. Модели верхней одежды Общесоюзного дома моделей (ОДМО).
Журнал мод. 1954, № 4

сталинского монументального стиля начали блекнуть. Хотя идеологические позиции концепта традиционной женственности по-прежнему были прочны, ледяное сияние совершенства постепенно таяло. Даже декорации на модных картинках стали более реалистичны. В эпоху господства сталинского мифа естественной средой обитания лощеных и роскошно одетых женщин была огромная зала, обставленная антикварной мебелью, или городской бульвар, вдоль которого возвышались классические фасады и проносились элегантные авто. В 1954 году коллекцию верхней одежды в «Журнале мод» представляли красивые дамы, стоящие на эскалаторах московского метрополитена. Модели отделанных мехом пальто были разработаны специалистами московского Общесоюзного дома моделей (ил. 2.21). Одежда смотрелась элегантно, но просто, а демонстрировавшие ее женщины обитали в повседневной, а не в мифической реальности. Впрочем, с другой стороны, московское метро являло собой несомненный памятник сталинскому помпезному стилю, который, таким образом, по-прежнему составлял одну из эстетических доминант описываемой



Ил. 2.22. Модели платьев рижского Дома моделей и Общесоюзного дома моделей. Журнал мод. 1954, № 4

картины. На другом рисунке в «Журнале мод» молодые дамы собирались пить чай в гостиной. Ситуация также выглядела бы вполне обыденно — если бы не тот факт, что обстановка комнаты и платья девушек были чересчур изысканны. Типичная советская квартира того времени смотрелась совсем иначе, а демонстрируемые наряды, как правило, были недоступны ни хозяйке обычного дома, ни ее гостьям (ил. 2.22).

Появление образов, пропагандирующих сдержанную роскошь, свидетельствовало о начале новой политической эпохи и формировании новой эстетики. Однако сталинский помпезный стиль никуда не исчез. Функциональные и скромные модели рекламировались популярными изданиями, однако в элитарных журналах, таких как «Модели сезона» и «Журнал мод», по-прежнему публиковались изображения роскошных нарядов. Эти костюмы продолжали составлять гардероб членов партийной номенклатуры и выполнять репрезентативные функции, представляя советскую моду на отечественных и международных показах.

ГЛАВА 3

Восточная Европа: от утопии к мифу

В конце 1940-х годов новые коммунистические государства Восточной Европы повторили эксперимент большевиков по деконструкции устоявшейся традиции и созданию нового модного стиля. В отличие от советского проекта 1920-х годов, восточноевропейская утопия носила антимодернистский характер. Находясь под жестким политическим контролем со стороны Советского Союза, она выполняла навязанную ей функцию: очистить культурное пространство для беспрепятственного насаждения сталинского мифа. В соответствии с уже опробованной ранее программой была в сжатые сроки разработана коллекция идеальных модных прототипов, в то время как местные предприятия из последних сил пытались решить проблему нехватки повседневной одежды, предназначенной для массового потребителя. Участие в социалистических модных показах и международных выставках предоставило центральным модным институтам Восточной Европы возможность разработать и продемонстрировать миру представительские модели, компенсирующие отсутствие современной одежды на полках отечественных магазинов. Разрушение и перестройка довоенного образа жизни и внедрение нового официального модного стиля осуществились в этих странах с ужасающей стремительностью. Всего за несколько лет Восточная Европа прошла путь от утопии до мифа.

Возвращение утопии

Причиной радикального характера перестройки была довоенная интеграция стран Восточной Европы в мир западной культуры и экономики. Соответственно, стремясь расчистить жизненное пространство, новая власть стремилась как можно активнее поддерживать и внедрять в сознание обывателя утопические идеалы социалистической моды. Рвение, с которым осуществлялись перемены, свидетельствовало об онтологической несовместимости моды и социализма: мода опирается на опыт прошлого, чтобы выстроить настоящее, тогда как социализм отвергает прошлое ради будущего. Утопический проект мог бы стать модернистским предприятием, не сопровождайся он столь

тотальным разрушением довоенной культуры. Для государств, приступающих к формированию Нового мужчины и Новой женщины, мода представляла серьезную опасность.

Критика западной моды

После официального внедрения коммунистической идеологии в странах Восточной Европы все традиции взаимодействия с одеждой были обречены на уничтожение. Новые женские периодические издания — венгерский журнал Asszonyok («Женщины»), немецкий Frau von heute («Женщина сегодня») и чехословацкий Žena a móda («Женщина и мода») — выступали с активной критикой западной моды. В журнале Asszonyok утверждалось, что созданный Диором стиль нью-лук безвкусен, анахроничен и хорош лишь для богатых бездельниц, классово чуждых представительницам социалистического общества[1]. Разгромная кампания постепенно набирала обороты. Так, дизайнеров престижных модных салонов Будапешта, возобновивших свою деятельность после войны, просили объяснить, почему «мода продолжает существовать, несмотря на свое полное несоответствие духу времени»[2]. Специалисты отвечали, что их клиентам нравится разнообразие моделей. Однако Asszonyok, принимая на себя роль заступника трудящихся женщин, ограждающего их от бремени анахроничной и вредной для здоровья одежды, заявлял: «Мы протестуем против бессмысленной моды!»[3] Журнал Frau von heute утверждал, что в новой Германии королевы моды, подобно ложным богам, должны быть низвергнуты с престола[4]. Чехословацкое издание Žena a móda авторитетно заявляло, что западная мода поощряет унификацию, поскольку диктует женщинам, что именно им следует носить: «Необходимо понимать, что в основе одержимости модой лежат волчьи законы капиталистической конкуренции, которые на самом деле лишь препятствуют естественному развитию моды. Мода не нуждается в изменениях. Представление о необходимости широкого ассортимента одежды коренится в буржуазном прошлом. В то время женщины в тех или иных случаях были вынуждены носить строго определенные костюмы. <...> Это и приводило к единообразию»[5]. Автор цитируемой статьи Йиржина Спалова (Jiřina Spalová) была яростным гонителем западной моды. В другой заметке под названием «Элегантный — не значит красивый?» она выступала против самого понятия «элегантность», которое считала классово чуждым: по словам автора, в буржуазном обществе элегантной считается лишь самая дорогая и богато украшенная одежда. Спалова утверждала, что «социалистическая мода — мода будущего — постепенно вытеснит из употребления слово "элегантный", заменив его словами "приятный, хороший, опрятный, сделанный со вкусом", поскольку отличительными качествами социалистического костюма станут комфорт и добротность»[6].



Ил. 3.1, 3.2. Йиржина Спалова. О новом стиле одежды. Žena a móda. 1949, № 2

Доминирующая идеология противопоставляла социалистическую моду буржуазной. Вместе с тем, несмотря на яростную критику западной культуры, женские журналы по-прежнему продолжали публиковать изображения современных европейских моделей. Утопический проект создания нового стиля был излишне радикален, чтобы обрести адекватное и немедленное воплощение на эмпирическом уровне. В социалистических изданиях двусмысленность этой ситуации находила выражение в конфликте словесного и визуального рядов. Текстовая составляющая публикуемых материалов, как правило, была гораздо более категорична и идеологически выдержана, чем иллюстративная. Гертруда Бергер, объявившая в журнале Frau von heute о конце диктатуры «госпожи Моды», сопровождала свою декларацию рисунками кокетливых и одновременно практичных платьев и костюмов[7]. Сходным образом обстояли дела и со статьей идейной сторонницы коммунистов Йиржины Спаловой, посвященной поискам нового стиля: проповедь утопического проекта реформирования моды иллюстрировалась изображениями последних западных моделей. Ее собственные рисунки представляли собой перевод парижского стиля нью-лук, с его тонкой талией и широкой юбкой в складку, на язык повседневной моды. Именно так адаптировали этот стиль и популярные западные женские журналы[8]. Между тем текст статьи гласил: «Одежда должна быть свободна от орнаментов и украшений, принадлежащих прежним историческим эпохам, — от кружев, лент, оборок, декоративных и непрактично

расположенных пуговиц, бессмысленных вариаций воротничков, карманов, кокетки, манжет и тому подобного» (ил. 3.1, 3.2)[9].

Отторжение моды вело к кризису в сфере репрезентации женского образа. Выбор, предложенный женщинам, был невелик. Они должны были вступить в новый мир, уподобившись мужчинам, или могли цепляться за ушедшие в прошлое представления о моде и женственности и стать изгоями. Чтобы вписаться в стремительно меняющуюся реальность, женщине недостаточно было просто надеть другое платье — весь ее облик должен был измениться.

Новая женщина и ее платье

Как и в ранней большевистской культуре, истоком образа Новой женщины стала ницшеанская концепция сверхчеловека. Идея внешнего и внутреннего совершенства связывалась с представлением о сильном, мускулистом теле. Хрупкие анемичные модницы стояли на пути властей, грезящих о нации жизнерадостных строителей социализма. Сама память о довоенном образе жизни подлежала уничтожению ради создания новой личности. В 1947 году журнал Asszonyok назвал западную моду «оружием классовой борьбы за "ее высочество женственность"... которая делает нас худыми, слабыми и приторными, какими в прошлом были наши бабушки»[10]. Помимо крепкого телосложения и физической силы, атрибутами идеальной женщины являлись скромность и отсутствие сексуальности. В 1950 году журнал Žena a móda опубликовал статью, в которой объявлялось, что платье не должно тесно облегать фигуру: это служит причиной дискомфорта и мешает работать. Топ, рукава и юбка, особенно на линии бедер, должны быть широкими. Вечерней одежде уделялось меньше внимания, но и она, как правило, вызывала сомнения и подозрения: «Женщина должна позаботиться о том, чтобы не подхватить простуду в слишком коротком платье»[11]. Подобно тому как это происходило в большевистской России в 1920-е годы, хрупкость и женственность объявлялись атрибутами классового врага, проявлениями декадентской буржуазной культуры.

Немецкое издание Frau von heute пыталось убедить читательниц в том, что даже современная парижанка, признанный эталон шика и элегантности, больше не сходит с ума по моде. «Кто такая настоящая парижанка?» — задавал вопрос автор; ответом на него служил образ французской работницы[12]. Выходящий в Загребе журнал Naša moda («Наша мода») не отрицал притягательности моды, однако подчеркивал лежащую в ее основе идею социального неравенства. В статье «Встреча с парижской модой», описывающей последние парижские модели, отмечалось, что эти наряды предназначены лишь для «ограниченного числа богатых людей», тогда как «продавщицы крупных универмагов, тысячи простых женщин-тружениц, танцовщицы и певицы в барах...







Ил. 3.3. Дизайн платка с народным орнаментом региона Залипе. Polska Sztuka ludowa. 1952, № 1

Ил. 3.4. Новые узоры платков. Žena a móda. 1952, № 6

Ил. 3.5. Головные уборы этого зимнего сезона. Žena a móda. 1952, № 10

вынуждены довольствоваться дешевыми платьями… носить фальшивую золоченую бижутерию и прятать под слоем косметики бледные щеки и губы»[13].

В 1948 году Карел Лангер, в будущем известный пропагандист коммунистической моды, обвинил берлинский стиль в легкомыслии, а венский — в излишней приторности. Французская мода, по его мнению, превращала женщину в хрупкую эротическую игрушку. Признав респектабельность английского стиля, Лангер счел необходимым уточнить, что ему импонируют его неприкрашенность и прагматичность. В заключение автор объявил, что западная мода не нужна гражданкам социалистической Чехословакии, поскольку те и без того красивы простой, безыскусной, естественной красотой, присущей здоровому женскому телу (Langer 1948: 84). Образы нового платья и Новой женщины в конце концов перестали ассоциироваться с городским бытом. Женские журналы заполонили изображения работниц и крестьянок, занимающихся



Ил. 3.6. Лен для сельской местности. Žena a móda. 1949, № 5

тяжелым физическим трудом на фоне индустриального заводского пейзажа или деревенского ландшафта. Сталинская культура долгие годы беспощадно эксплуатировала мотивы сельской идиллии, наряжая идеальных женщин в платья, созданные на основе традиционной народной одежды; популярностью пользовался и образ элегантной ухоженной дамы, прогуливающейся по городским улицам. Однако восточноевропейским утопиям еще не было места в этом мифическом пространстве. Сначала им требовалось изжить свое буржуазное прошлое, населенное не идеальными, а реальными женщинами, облаченными в модные наряды. Платки в крестьянском стиле вроде тех, которые выпускал варшавский Институт промышленного дизайна, с этническим орнаментом, использующим мотивы росписи региона Залипе, свидетельствовали о существовании жесткой границы между модными тенденциями послевоенной Польши и Запада, социалистическими и модернистскими новациями (ил. 3.3).

Символическая битва современных головных уборов и классических крестьянских платков развернулась на страницах чехословацкого журнала



Ил. 3.7. Модель рабочего комбинезона. Žena a móda. 1952, № 6

Žena a móda, издатели которого постепенно выдвигали на первый план образ крепкой женщины-труженицы в комбинезоне, покоряющей поля верхом на тракторе (ил. 3.4, 3.5). Еще в 1949 году Žena a móda представлял читательницам изящные модели летних платьев для города и села (ил. 3.6). Однако уже в 1951 году девушки, хрупкие, как фарфоровые статуэтки, со снопами сена в руках, облачились в гораздо более практичные передники и хлопчатобумажные платья. О былой роскоши напоминали лишь изящество их причесок и тщательно наложенный макияж. В 1952 году моделями стали женщины среднего возраста в рабочих комбинезонах; они кормили свиней, занимались уборкой хлева или позировали на фоне трактора (ил. 3.7)[14]. Эти дамы были



Ил. 3.8. Женщина приветствует приближение третьего конгресса Коммунистической демократической федерации венгерских женщин (MNDSZ). Nők lapja. 1952, № 21. Обложка

исключительно серьезны. Их облик не имел ничего общего с модернистской андрогинностью, которая, несмотря ни на что, обладала отчетливой эротической коннотацией. Не скрывая полностью изгибов пышного тела, мешковатый силуэт комбинезона лишал его естественной сексуальной притягательности и женственности, пестуемой и ценимой буржуазной культурой. Образ женщины в рабочем комбинезоне за рулем трактора имел подчеркнуто символическое значение и составлял неотъемлемую часть визуального лексикона коммунистической пропаганды во всех странах Восточной Европы.

Навязывая женщине строго определенную социальную роль, официальная идеология стремилась принизить значение традиционных женских атрибу-



Ил. 3.9, 3.10. Человек делает платье. Žena a móda. 1950. № 10

тов — сексуальности, стремления хорошо выглядеть и красиво одеваться. Нивелировались даже сами половые различия как таковые. На пропагандистских плакатах женщины зачастую носят одежду, напоминающую мужскую. Такова, например, молодая дама с обложки венгерского еженедельного издания Nők lapja («Женский журнал»). Подняв руки, она приветствует приближающееся открытие третьего конгресса Коммунистической демократической федерации венгерских женщин (MNDSZ)[15]. На ней темный пиджак мужского покроя и простая белая рубашка — костюм, подходящий для политической активистки, не имеющий ничего общего с легкомысленным модным нарядом и демонстрирующий идейную сознательность владелицы (ил. 3.8).

Чехословацкое издание Žena a móda подвергало сомнению значение моды в жизни женщины, размещая изображения последних моделей французских и американских дизайнеров рядом с портретами строительниц социализма

в рабочей униформе. В комментирующем их тексте утверждалось, что западные модные тенденции «направлены на то, чтобы сделать из женщины куклу, способную привлечь внимание пресыщенных финансовых и промышленных магнатов. Подобная одежда — признак классового вырождения капиталистической системы»[16]. По мнению автора, западные женщины, облаченные в модные платья, лишены яркой индивидуальности, присущей гражданкам социалистической страны: «Одетые в униформу представительницы народных демократических республик являют собой новый тип женщины. Они — часть трудового народа, они работают плечом к плечу с прогрессивными людьми, которые каждый день добровольно, с энтузиазмом и усердием сражаются за мир во всем мире и счастье человечества» (ил. 3.9, 3.10)[17].

Посвященные моде рубрики социалистических изданий представляли публике сотни моделей рабочей одежды для медсестер, трамвайных кондукторов, заводских работниц, офисных клерков, ученых, врачей, дорожных инспекторов, политических деятелей, библиотекарей и милиционеров. Образ женщины в униформе подтверждал тот факт, что одежда, символизирующая устойчивые идеологические и моральные ценности, не подчиняется капризам моды. Женские журналы публиковали бесчисленные статьи, посвященные стахановкам, в особенности работницам текстильных предприятий. Без устали трудясь за станками в своих простых комбинезонах, они служили визуальным символом социальной роли, отводившейся женщине в новом обществе.

Формализация утопии

По мере усиления политического контроля со стороны Советского Союза Чехословакия, Восточная Германия, Венгрия и Польша национализировали текстильные и шейные предприятия и довоенные модные салоны. Координация деятельности этих областей производства и разработка новых моделей осуществлялись в централизованных модных институтах, созданных по образцу московского Дома моделей. Впрочем, если необходимость появления последнего в начале 1930-х годов мотивировалась дезорганизованностью советской текстильной и швейной промышленности, то теперь, два десятилетия спустя, это объяснение не соответствовало реальным обстоятельствам. Несмотря на понесенные во время войны потери и разруху, восточноевропейские государства обладали устоявшейся и оправдавшей себя в предыдущие годы индустриальной структурой. Усвоение советской модели организации производства означало отказ от этой традиции — так же как и от всей истории бытования моды. С введением централизованного планирования осуществление радикальных проектов в области моды стало невозможно. Следуя принципам советской экономики, новые централизованные институты задушили на корню ту самую утопическую мечту, ради воплощения которой они создавались.



Ил. 3.11. Зденька Фухсова. Дизайн рабочей одежды. Žena a móda. 1951, № 5

Первый из упомянутых институтов, Tekstilní Tvorba («Текстильное производство»), был основан в Чехословакии в 1949 году декретом Министерства легкой промышленности[18]. Разрабатывая образцы рабочей одежды, Tekstilní Tvorba способствовал созданию новой социальной концепции моды в условиях отказа от идеи сезонных изменений. В журнале Žena a móda Йиржина Спалова с энтузиазмом заявляла, что униформа представляет собой «одежду для самого примечательного и важного времяпрепровождения в нашей жизни.

Поэтому ей, в отличие от так называемого модного платья, следует уделять особое внимание. <...> Рабочая одежда в первую очередь должна занимать мысли дизайнеров, поскольку именно на ее основе конструируются все другие разновидности костюма»[19]. Автор статьи предсказывала, что со временем новые модели рабочей одежды, сочетающие в себе функциональность и эстетическое совершенство, заставят померкнуть вечерние туалеты и сделают их попросту ненужными[20].

Но кто же должен был разрабатывать и производить чудесные костюмы, чье неподвластное времени совершенство могло бы посрамить капризную моду? После национализации бóльшая часть владельцев фабрик и заводов бежали, а директорские кресла заняли не обладавшие необходимыми знаниями и опытом, но верные коммунистам люди. Однако при найме профессиональных кадров выбор был невелик: сотрудниками вновь основанных централизованных модных институтов становились специалисты, до войны работавшие в сфере моды. В результате новый социалистический стиль оказался совсем не таким радикальным, как лежащие в его основе утопические идеи. Дизайнеры не питали революционной тяги к тотальной перестройке мира; это были обычные профессионалы, пытавшиеся найти для себя место в рамках новой политической системы. Одна из них, Зденька Фухсова (Zdeňka Fuchsová), модельер Tekstilní Tvorba, разработала образцы рабочей одежды специфического покроя. До войны она была дизайнером ведущего пражского модного салона Rosenbaum, регулярно бывала в Париже, и ее знания стали для нового режима ценным приобретением (ил. 3.11).

Другой довоенный модельер Гедвига Влкова (Hedviga Vlková), вынужденная после войны закрыть принадлежавший ей эксклюзивный модный салон, возглавила в 1949 году отдел модного дизайна Пражской академии прикладных искусств. Ранее Влкова была ведущим дизайнером пражского салона высокой моды Podolska, однако выполняя функции наставника специалистов в области социалистической моды, она отдавала предпочтение рабочей одежде. В статье 1952 года «Рабочая одежда для женщин» она представляла и объясняла принципы дизайна униформы трамвайных кондукторов[21]. Опираясь на профессиональные знания и навыки, приобретенные ею во время разработки моделей от-кутюр, Влкова подробно описывала каждую деталь униформы: берет, покрой брюк, различие зимней и летней вариаций костюма, выбор цветовой гаммы — темно-красный жакет и темно-серые брюки — и наиболее подходящие виды тканей (ил. 3.12).

Уделяя преимущественное внимание рабочей одежде, восточноевропейские женские журналы продолжали знакомить читательниц с западными моделями (ил. 3.13). Опубликованные в журнале Žena a móda в 1949 году фотографии, сопровождающие репортаж о первом организованном Tekstilní Tvorba







Ил. 3.12. Женская униформа. Žena a móda. 1952, № 11

Ил. 3.13. Практичные наряды. Žena a móda. 1949, № 2

Ил. 3.14. Модель платья, демонстрировавшегося на первом модном показе, организованном институтом Tekstilní Tvorba. Žena a móda. 1949, № 4

модном показе, демонстрировали, что власть, сумевшая разрушить устоявшуюся систему производства, не в состоянии создать принципиально новый модный стиль[22]. Платья с подчеркнутой линией талии в комплекте с длинными перчатками, жемчужными украшениями и шляпами, декорированными

перьями, в полной мере соответствовали актуальным западным тенденциям (ил. 3.14)[23]. Критика европейского стиля и презентация моделей рабочей одежды в журнале Žena a móda составляли часть информационной кампании в поддержку Tekstilní Tvorba. Вместе с тем журнал был все-таки посвящен моде, и на его страницах время от времени появлялись изображения моделей, заметно отличающихся от разрабатываемых институтом: платья для коктейлей, вечерние и повседневные наряды, английские костюмы. Будучи не в состоянии обойтись без услуг довоенных специалистов, власти критиковали их за излишнее увлечение Западом. Ян Даниелис, чиновник Министерства легкой промышленности, сетовал на то, что дизайнеры Tekstilní Tvorba явно подвержены иностранному влиянию и художественный совет их в этом поддерживает[24]. На фоне западной культуры уязвимость утопической концепции моды была особенно заметна: созданные на ее основе платья проигрывали в изяществе и красоте европейским моделям.

В Польше власти воспользовались услугами Ядвиги Грабовской, которая до войны одевалась в платья от Шанель, Скиапарелли и Фата. В конце войны ей принадлежал модный салон Feniks в центре Варшавы, однако впоследствии она была вынуждена закрыть его. При новом режиме Грабовская стала членом Бюро презентации модной одежды и занималась разработками коллекций для показа на международной ярмарке в Лейпциге. В Венгрии основой новой политики в отношении одежды также стал удивительный альянс принципов высокой моды и утопического идеала. Венгерский центральный модный институт швейной промышленности образовался в 1951 году в результате слияния Лаборатории рабочей одежды и Центра моды. Его сотрудниками стали довоенные модельеры, потерявшие работу после национализации и закрытия частных салонов. Опираясь одновременно на две противоречащие друг другу традиции изготовления одежды — индустриальное производство и индивидуальный пошив, — Центральный модный институт неспособен наладить продуктивное взаимодействие с текстильными и швейными фабриками. Идеи специалистов, обладавших навыками и знаниями, применимыми для создания произведений высокой моды, при современном состоянии производства попросту не могли найти воплощения. Профессиональный подход к созданию одежды ни в концептуальном, ни в эстетическом отношении не способствовал появлению моделей, реализующих утопические фантазии властей. Подчиняясь идеологическому давлению, дизайнеры, несмотря ни на что, надеялись, что в новом социалистическом обществе найдется место для моды в ее европейском понимании.

В подобной ситуации разработка утилитарных моделей представлялась удачным компромиссом. Идеально скроенный костюм, состоящий из жакета с квадратными плечами и прямой юбки, напоминал рабочую одежду и в то же



Ил. 3.15. Одежда должна быть привлекательной. Świat. 1951, № 9

время был красив и элегантен. В 1951 году в польском журнале Świat появилась статья, освещавшая деятельность нового Института индустриального дизайна. Ее заглавие гласило: «Одежда должна быть привлекательной». Иллюстрирующая текст фотография молодой девушки-дизайнера, набрасывающей эскиз женского делового костюма, представляла собой визуальный символ примирения моды и социализма (ил. 3.15)[25].

Итак, деятельность централизованных модных институтов, призванная разрешить концептуальные проблемы, связанные с разработкой новых образцов одежды и организацией ее массового производства, в действительности лишь подчеркивала имеющиеся в этой области противоречия. Свидетельством тому служили ежегодные конкурсы моделей одежды, проводившиеся между странами социалистического лагеря с 1950 года. Эти мероприятия были направлены на пропаганду нового стиля — современного, функционального, скромного и женственного одновременно. Идея организации конкурсов принадлежала Чехословакии, по праву сохранявшей лидерство в сфере модной индустрии благодаря своим довоенным ресурсам. Правительство рассчитывало с помощью специалистов наладить работу централизованного текстильного и швейного производства, а дизайнеры видели в состязаниях возможность

продемонстрировать собственное мастерство и поддержать престиж Чехословакии в глазах отечественной и зарубежной публики. В первых двух ежегодных конкурсах принимали участие Чехословакия и Восточная Германия. В обоих случаях победила чехословацкая коллекция, подготовленная институтом Tekstilní Tvorba. В 1951 году, на втором конкурсе, проводившемся в Лейпциге, каждая страна представила коллекцию из 50 моделей. Чехи не только выиграли состязание, но и произвели такое сильное впечатление на представителей Восточной Германии, что те задумались о создании у себя централизованного модного института[26].

В 1952 году венгерское Министерство легкой промышленности создало постоянную рабочую группу на базе Центрального модного института для подготовки коллекции одежды для презентации на третьем конкурсе моделей. На этот раз снова победила Чехословакия, Венгрия заняла второе место, Восточная Германия — третье[27]. Журнал Žena a móda с одобрением отозвался о чешских нарядах, «гармонично сочетающих практичность и элегантность», и этот стиль был объявлен наиболее подходящим для рабочей женщины[28]. На иллюстрациях к статье изображались модели, варьирующие актуальные мотивы и обладающие традиционным изяществом. Политические дискуссии между экспертами в сфере текстильного производства и представителями министерств легкой промышленности стран-участников предоставляли специалистам возможность обмена знаниями и опытом в области «культуры одежды» — это словосочетание заменило табуированное понятие «мода». Однако попытка профессионалов адаптировать европейскую моду к условиям социалистической реальности вскоре натолкнулась на непреодолимое препятствие — культуру сталинского мифа.

Социалистическая мода

Зародившаяся в Восточной Европе сразу после Второй мировой войны, мифологическая концепция моды первоначально конкурировала с утопическим проектом. Доминирующую позицию она заняла позднее, после окончательного утверждения централизованной системы проектирования и производства одежды. В рамках сталинского мифа поиск компромисса между свойственным социализму представлением о функциональности костюма и европейской модой оказался невозможен в силу космополитической и модернистской направленности обеих тенденций. Для сталинского мифа с его страстью к монументальности и вечности социалистическая функциональность была слишком аскетична, а европейская мода — чересчур подвержена сезонной вариативности. Ни одно из этих направлений не годилось для создания репрезентативного визуального образа советского костюма. Эту функцию в странах

Восточной Европы со временем стал выполнять стиль, сумевший трансформировать самые разнообразные визуальные символы и швейные техники, от роскошного покроя европейских платьев до традиционной этнической вышивки, переплавив их в тигле грандиозной, неподвластной течению времени эстетики социалистической моды. Последнее привело к кардинальному изменению политики модных конкурсов и изменению онтологического статуса одежды. В дополнение к практикам, использовавшимся в Советском Союзе, культура идеальной прототипической модели — уникального и совершенного платья — официально поддерживалась и насаждалась профессорами вновь созданных факультетов и кафедр дизайна в университетах. Демонстрация соответствующих нарядов на отечественных и международных модных показах подразумевала, что в скором будущем они поступят в массовое производство. Этого, однако, так никогда и не произошло.

Социалистическая мода на подиуме

Советский Союз принял участие в четвертом конкурсе культуры одежды, состоявшемся в Праге в 1953 году. В число конкурсантов входили Чехословакия, Венгрия и Восточная Германия; Польша и Румыния были приглашены в качестве наблюдателей[29]. О начале мероприятия официально объявил председатель правительства Чехословакии Антонин Запотоцкий в присутствии премьер-министра Вильяма Широкого, министра легкой промышленности Алоиса Малека, мэра Праги Вацлава Вацека и других высокопоставленных чиновников. Фотографии, появившиеся в местных журналах, свидетельствовали о высоком статусе события, представлявшего собой извращенную комбинацию модного показа и съезда Коммунистической партии (ил. 3.16).

Модели, появлявшиеся на подиуме, демонстрировали шелковые летние платья с цветочным орнаментом в комплекте с широкополыми шляпами и перчатками. Подиум, однако, занимал лишь небольшую часть огромного зала. Остальное пространство было отведено под невероятных размеров трибуну, где размещалась политическая элита. В число примечательных иконографических деталей входили красное полотнище, драпирующее стену позади трибуны, а также лозунг с надписью «Конкурс культуры одежды» — графический аналог политических лозунгов, вывешивавшихся на партийных съездах. Участники конкурса состязались в четырех номинациях: самое удачное использование ткани, экономия материалов, качество продукции и эстетические достоинства коллекции. По общим итогам соревнований победу одержал Советский Союз, но Чехословакия выиграла эстетический конкурс, представив модели, выполненные в характерном для этой страны изысканно-функциональном стиле. Первенство Советского Союза на пражском состязании определило дальнейшую судьбу конкурса. Постепенно Советы стали играть в нем активную и даже


SOUTĚŽENÍM ZA ZVÝŠENÍ
KULTURY ODÍVÁNÍ

ведущую роль, насаждая монументальную эстетику и пропагандируя принцип централизованного контролирования моды. На пятом конкурсе моделей одежды в Будапеште первый приз также достался Советскому Союзу. Русская девушка-манекенщица, дефилировавшая по подиуму с призовым кубком в руках, символизировала успех своей страны, а ее длинное белое платье из органди свидетельствовало о триумфе помпезной советской эстетики. В первые годы проведения конкурсов чехи намеревались реорганизовать и усовершенствовать социалистическое текстильное и швейное производство, разрабатывая с этой целью скромные и в то же время элегантные модели. Некоторое время спустя под влиянием Советского Союза преимущество на конкурсах стало отдаваться роскошным вечерним туалетам и изысканным костюмам, отвечавшим принципам официальной эстетики, ключевой характеристикой которой была присущая сталинской культуре тяга к роскоши.

После провала утопического проекта восточноевропейские модные институты, подобно своему московскому прототипу, Дому моделей, полностью переключились на разработку образцов социалистической моды. Игнорируя повседневную реальность с ее дефицитом товаров широкого потребления, социалистическая мода выполняла исключительно представительские функции. Не сумев сконструировать новое платье и Новую женщину, социалистические идеологи вернулись к традиционным моделям одежды и устоявшимся гендерным стереотипам. Похвалы в адрес скромных функциональных нарядов на конкурсе 1954 года, состоявшемся в Будапеште, звучали не слишком искренне. Каждая из стран-участниц — Восточная Германия, Чехословакия, Венгрия, Польша и Советский Союз — представила коллекции из 50 моделей. Состязание велось в нескольких категориях: униформа для работников тяжелой и легкой индустрии, крестьянская одежда, платья для домохозяек, вечерние туалеты, мужские костюмы и пальто, детская одежда и трикотаж[30]. На подиуме ярко накрашенная девушка-манекенщица в рабочем комбинезоне жизнерадостно волокла на себе грабли, однако модные журналы уделяли гораздо больше внимания дамам в элегантных платьях, шляпках и перчатках, с изящными сумочками в руках (ил. 3.17).

Последний из централизованных модных институтов стран социалистического лагеря, Институт культуры одежды, был основан в Восточной Германии в декабре 1952 года. С самого начала здесь создавались модели одежды представительского уровня. В статье, опубликованной в модном журнале Die Bekleidung («Одежда»), директор Института Элли Шмидт объявила, что возглавляемая ею организация намерена выполнять те же функции, что и аналогичные ей организации других социалистических стран, а именно — разрабатывать

На с. слева: Ил. 3.16. Четвертый ежегодный Конкурс культуры одежды в Праге. Žena a móda. 1953, № 11

новые образцы одежды и модных аксессуаров для массового производства и координировать работу предприятий швейной и текстильной индустрии[31]. На деле, однако, специалисты Института культуры одежды разрабатывали модели платьев в стиле от-кутюр и выставляли их на социалистических конкурсах модной одежды и прочих подобных мероприятиях, нимало не заботясь об их массовом производстве. Все это вполне устраивало администрацию Восточной Германии, нуждавшуюся в представительской реальности, способной составить конкуренцию Западной Германии с ее растущим уровнем жизни. Политическая биография Элли Шмидт наглядно иллюстрировала процесс движения государственной системы от утопии к мифу. В феврале 1953 года Шмидт, убежденная коммунистка, была назначена на пост главы Государственного управления торговли и снабжения, призванного решать проблемы потребительского рынка[32]. Прислушиваясь к жалобам населения на низкое качество и недостаток одежды и обуви в магазинах, Шмидт, до войны работавшая швеей, в выступлениях на заседаниях Политбюро указывала на необходимость реальных перемен. Однако после того как русские танки подавили народное восстание 17 июня 1953 года, шансов на осуществление реформ не осталось. Шмидт потеряла свою должность, однако, будучи известным коммунистическим деятелем, вскоре заняла пост директора Института культуры моды. Партия ждала от нее демонстрации и подтверждения политической лояльности, и Шмидт очень быстро усвоила правила игры. Ее больше не занимали бытовые проблемы граждан Восточной Германии и постоянный дефицит потребительских товаров. Вместо этого она направила свои усилия на конструирование образа светлого социалистического будущего, визуальным символом которого служили эксклюзивные наряды, создававшиеся в центральном модном институте. В 1954 году Шмидт описывала свою организацию «как настоящий "Дом мод" ГДР... который принесет много радости людям, живущим в нашей стране рабочих и крестьян» (ил. 3.18)[33].

В 1955 году пятый конкурс моделей одежды в Берлине открыли совместно министр легкой промышленности Фельдманн и министр культуры ГДР Йоганнес Бехер[34]. Последний, однако, выступал в качестве официального организатора мероприятия, что свидетельствовало о подлинном статусе социалистической моды: она принадлежала не низменной сфере массового производства, а миру высокой культуры. На конкурсе были представлены 360 моделей. К традиционным участникам — Чехословакии, Восточной Германии, Венгрии и Советскому Союзу — присоединились Болгария, Румыния и Албания. Под портретом Вальтера Ульбрихта, Первого секретаря ЦК Социалистической единой партии Германии, шествовали манекенщицы в богато украшенных вечерних платьях. За ними наблюдали члены жюри. В фоторепортаже «Модели берлинского международного конкурса одежды» девушки в деловых костюмах



Ил. 3.17. Четвертый Конкурс культуры одежды:
(слева направо) модели Советского Союза, Венгрии, Восточной Германии, Чехословакии.
Žena a móda. 1953, № 11

позируют на фоне современных городских архитектурных проектов. Новая социалистическая архитектура, с декорациями в стиле неоклассицизма, гармонировала с формальным стилем платьев и традиционным визуальным образом женственности, воспринятым социалистической идеологией[35].

Представленные на конкурсе модели активно использовали мотивы предшествующей культуры. Этот факт символически обозначал конец утопического проекта и возвращение устоявшегося ранее подхода к одежде. Утопия, антиисторичная по определению, отвергала отягощенный традицией феномен



Ил. 3.18. Конкурс культуры одежды в Берлине в 1955 году. Die Bekleidung. 1956, № 2

моды. Социализм, напротив, проявлял лояльность по отношению к прошлому, подчиняясь консервативной природе лежащего в его основе мифа (ил. 3.19). Подобно мифу, социалистическая мода, порождение централизованной системы производства, обнаруживала неспособность к быстрым изменениям. В 1954 году польский журнал Poland («Польша»), провозглашавший, что специалисты Варшавского института индустриального дизайна «с энтузиазмом привносят красоту в повседневную жизнь»[36], подчеркивал, что осуществление этой задачи требует жесткой организации и что «творческий процесс поддается планированию»[37]. Предпочитая миф действительности, идеальный костюм соответствовал глубинным онтологическим запросам социалистического реализма.

Мифические объекты, принявшие форму модных платьев, отвечали природе советской индустрии с ее предельной централизацией и бюрократической системой управления. В текстильном и швейном производстве Советского Союза и стран Восточной Европы уровень системы, или синхронии, доминировал над уровнем динамики, или диахронии (Barthes 2006: 10–11). Бегство в мир мифа препятствовало образованию реальности, в которой новая актуальная одежда могла бы стать предметом потребления. Как замечал Анри Лефевр, «революция, которая не производит новое пространство, не реализует полностью свой по-



Ил. 3.19. Венгерская коллекция (вверху) и чехословацкая (внизу) на конкурсе культуры одежды в Будапеште в 1954 году. Журнал мод. 1955, № 1

тенциал; на самом деле она попросту не состоялась, если ее результатом стало не изменение жизни как таковой, а лишь трансформация идеологических структур, институтов или политических систем (Lefebvre 1991: 54).

Значение народного орнамента

В контексте социалистического модного нарратива шикарные платья, украшенные этническим орнаментом, приобрели статус идеального мифического объекта. Богатство украшений соответствовало эстетическим критериям мифа, а сложность изготовления ручной вышивки и кружев, предполагавшая владение определенными техниками, делала массовое производство подобных моделей невозможным. Они были обречены зачахнуть в недвижном, вечно существующем, идеальном мире. И все же процесс восприятия подобных моделей в разных странах носил непростой характер. Утопия постепенно сдавала позиции перед наступающим на нее мифом. В ранний послевоенный период чехословацкие модельеры демонстрировали неоднозначное отношение к народному искусству как источнику идей для создания новых моделей. Например, с точки зрения Йиржины Спаловой кустарные ремесла являлись пережитком феодального и буржуазного прошлого, которое следовало полностью изжить. Спалова подчеркивала, что строители социалистического будущего



Výjimečné slavnostní chvíle
slavnostní oblek. Ten se bo
našeho každodenního oblek
a střih se v zásadě nemění
V čem se tedy bude tento
nujeme pozornost kvalitě
i vzoru, dobrému vypraco
odmítáme neúčelné ozdoby
příležitostem je vkusná a

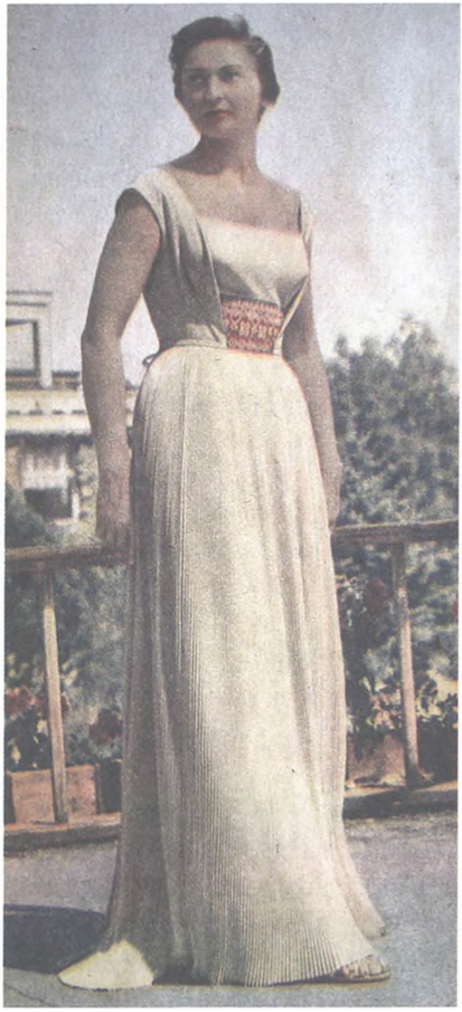
должны разработать собственный, абсолютно новый стиль: «Нам необходимо производить модели одежды, основанные на тщательном изучении современного общества, модели, которые будут идеально отвечать потребностям прогрессивных людей, соответствовать их взгляду на мир и в то же время отражать национальные особенности их характера»[38]. Спалова яростно возражала против использования современными дизайнерами мотивов традиционного народного костюма, поскольку его свободный покрой, пышные рукава и юбки были непрактичны в век механизации, а ручная вышивка не годилась для массового производства. Однако всего лишь год спустя, в 1951 году, Спалова отмечала, что женщинам, включая стахановок, не нравятся строгие аскетические наряды, им хочется носить яркие красивые платья. «Женщины нуждаются в космополитических моделях, с которыми мы боремся», — признавала она[39]. Теперь Спалова рекламировала платья и блузы, декорированные вышивкой с этническим орнаментом. Столкнувшись с социальным заказом на красивые костюмы, чехословацкие коммунисты отреагировали на него так же, как и русские в середине 1920-х годов: благодаря отечественному происхождению и вневременной природе этнический орнамент представлял для них гораздо меньшую идеологическую опасность, чем западная мода. Например, убежденный коммунист Карел Линдт объявлял, что новая одежда «должна быть практичной и удобной. В то же время, чтобы не поддаться соблазнам декадентской западной модной индустрии, дизайнерам следует опираться на национальную традицию и славянский фольклор, который может служить неисчерпаемым источником вдохновения» (ил. 3.20)[40]. Этнический орнамент почти не подвержен изменениям и является принадлежностью традиционного, обычно небольшого деревенского сообщества. Этот факт приобретал важное значение по мере того, как в социалистических странах Восточной Европы усиливалось влияние сталинского мифического нарратива. Обращение к народной традиции сопровождалось развитием процессов, ведущих к культурной изоляции. Отвергая современную эстетику, власти использовали этническое искусство для создания собственного мифического стиля, трактуя его как воплощение подлинного, интуитивно присущего народу духа творчества. В 1949 году заместитель министра культуры и искусства Польши Влодзимерж Сокорский не только осудил «космополитизм и формализм вырождающейся западноевропейской и американской культуры», но и уравнял национальный фольклор с современным социалистическим искусством на том основании, что они оба носят подлинно национальный, гуманистический и неизменно творческий характер (Sokorski 1949). В поисках союзников в деле создания новой социалистической культуры польские власти обратили внимание на Ванду Теляковскую, которая

На с. слева: Ил. 3.20. Модели платьев с народным орнаментом. Žena a móda. 1952, № 2

в 1930-е годы входила в состав группы ŁAD («Гармония»). Она объединяла дизайнеров, сочетавших в своих работах народные этнические мотивы с урбанизированной эстетикой ар-деко[41]. Послевоенное творчество Теляковской, однако, отличалось пристальным вниманием к этнической традиции и во многом утратило связь с визуальным словарем модернизма.

Теляковская была профессиональным модельером и амбициозным руководителем Польского института промышленного дизайна[42]. Она приглашала художников, этнографов, историков искусства, педагогов, социологов и энтузиастов-любителей народного творчества внести свой вклад в дело создания социалистической культуры в тесном сотрудничестве с трудящимися женщинами, крестьянами и молодежью (Telakowska 1952: 12). Результаты этого проекта, представленные на организованной институтом выставке в 1953 году, свидетельствовали о том, что дизайнеры отдавали предпочтение деревенской эстетике перед урбанистическим стилем (ил. 3.21)[43]. Платья, платки, сумки и туфли были покрыты цветочными узорами, буквально повторяющими народный орнамент. Хотя в разработке моделей участвовали и профессиональные художники, основная работа была выполнена деревенскими женщинами в традиционной манере. В каталоге выставки Юлиан Мархлевский утверждал, что псевдокрестьянский стиль, ранее практиковавшийся дизайнерами группы ŁAD, не подходит для индустриального производства. Кроме того, обращение к западной эстетике делало эти модели слишком дорогостоящими и не способствовало их широкой популярности. С настоящего момента, объявлялось в каталоге, производство одежды будет тесно связано с подлинным народным творчеством[44]. С точки зрения идеологии сотрудничество деревенских женщин и профессиональных художников представляло собой идеальный альянс, стимулирующий процесс совместного творчества и предоставляющий условия для создания абсолютно нового дизайнерского продукта, не зависящего от западной системы производства. Обращение модельеров к этническим мотивам демонстрировало, что сталинский миф начал подчинять себе Восточную Европу, однако его успех обусловливался наличием новых организационных структур, деятельность которых способствовала популяризации соответствующей эстетики. Поэтому в 1940-е годы в Восточной Европе были спешно сформированы централизованные институты, работавшие над созданием новых моделей одежды и аксессуаров на основе этнического искусства[45]. Впрочем, по мере развития мифического модного нарратива эти модели постепенно утрачивали связь с подлинной народной традицией и коллективным творчеством. Этнический орнамент стал отличительной чертой новой помпезной эстетики. Украшая длинные вечерние платья, он способствовал утверждению свойственного сталинской эпохе культа элегантности и роскоши (ил. 3.22).





Ил. 3.21. На текстильной кафедре в Лодзи. Świat. 1953, № 31
Ил. 3.22. Для танцев. Żena a móda. 1954, № 1

Теляковская пыталась противостоять наступлению социалистической моды, обращаясь к народному искусству разных регионов Польши. Однако в атмосфере мифической пустыни этнический орнамент мгновенно утратил региональную специфику, вызвав к жизни обобщенный образ народного костюма. Геополитика моды подсказывает, что допустимо говорить лишь о местном или региональном типе одежды. «Национального костюма» как такового не существует, это чистая идеологема (Boucher 1952: 69). Современная западная мода, из сезона в сезон конструирующая себя заново, охотно использует покрой, рисунок и цветовые решения прошлых коллекций. Однако, в отличие от «моды, [которая] нуждается в цитатах, чтобы переписывать собственную

историю» (Lehmann 1999: 308), социалистический народный орнамент был слишком отягощен политическими коннотациями. Шикарно декорированные длинные платья свидетельствовали о возможности пренебречь топографией, а подчеркнуто внеисторический характер их стиля демонстрировал, что в рамках мифического модного нарратива привычное течение времени более не имеет значения. Опираясь на проведенный Бодрийяром анализ принципов абстрагирования и систематизации времени в маргинальных объектах, такое платье можно описать как вещь, которая «не бывает синхроничной или диахроничной... — она анахронична» (Бодрийяр 1995: 67).

Образование и мифическая культура

После коммунистического переворота в университетах были основаны кафедры и факультеты дизайна для подготовки «прогрессивных» специалистов в области моды. Однако сам характер обучения профессии почти не претерпел изменений, несмотря на то что на идеологическом уровне декларировалась необходимость инноваций. Профессорские должности занимали довоенные специалисты, а академические программы сохраняли традиционный характер. Например, Гедвига Влкова разработала для студентов-дизайнеров Пражской высшей школы прикладных искусств исчерпывающий курс по швейному производству. В него входили такие предметы, как создание эскизов, свойства ткани и текстильный дизайн, техника кроя и пошива, а также модная журналистика[46]. Она тщательно выстроила обучение, ориентируясь на техники, актуальные для высокой моды, — например, драпировку ткани и первоначальную раскройку деталей платья в коленкоре (ил. 3.23).

Сама Влкова училась всему этому в начале 1930-х годов во Франции. Она посещала парижскую школу шитья и проходила стажировку в модном доме Жака Эйма[47]. Деятельность новой кафедры финансировалась институтом Tekstilní Tvorba, для которого и готовились специалисты[48]. Несмотря на превосходное знание тканей и техники кроя, молодые выпускники не обладали необходимой подготовкой для работы в сфере индустрии и, соответственно, не встречали теплого приема на заводах и фабриках. Однако в начале 1950-х годов кафедра приобрела иной статус, переключив внимание с функциональной эстетики на монументальный стиль. Если в 1950 году на первом студенческом модном показе демонстрировались в основном сдержанные и практичные модели, то уже к 1953 году их сменили традиционно элегантные костюмы и роскошные вечерние туалеты, в числе которых были платья в греческом стиле, использующие технику драпировки[49].

Студенты первого выпуска факультета модного дизайна Будапештской академии прикладных искусств не слушали курсов по истории моды и даже не имели возможности заглянуть в модные журналы[50]. Вместо этого они ездили



Ил. 3.23. Кафедра дизайна в Пражской академии прикладных искусств. Žena a móda. 1952, № 9

по деревням с целью изучения подлинного этнического стиля и посещали экспозиции Национального музея в поисках творческого вдохновения[51]. Представители этого поколения дизайнеров — всего-навсего семеро студентов — стали свидетелями изменения политического климата в отношении моды в середине 1950-х годов, когда к власти пришел коммунистический лидер либерального толка Имре Надь (Imre Nagy)[52]. Вера Надор, бывшая сотрудница Divat Kozpont («Центра моды»), объединявшего довоенных специалистов, в 1953 году получила приглашение преподавать курс модного дизайна в Академии прикладных искусств. Разрабатывая программу, она опиралась на исторически устоявшиеся представления о красоте платья и действовавший до войны набор правил, описывающих принципы использования гардероба и умение правильно одеваться. Студенты узнавали об определенных типах нарядов, предназначенных для разных случаев, от делового костюма до коктейльного платья и вечернего туалета. Надор учила будущих дизайнеров на практических примерах, знакомя их с разными видами ткани и техниками кроя, не вписывавшимися в концепцию чистой функциональности. Она принимала горячее участие



Ил. 3.24. Дипломная коллекция Маргит Силвицки, выпускницы факультета дизайна Будапештской академии прикладных искусств. 1954

в их работе — настолько, что даже сама приобретала материалы, требовавшиеся некоторым из ее студентов для создания дипломных коллекций[53]. Впрочем, в качестве уступки социалистической системе ценностей, все общественные ритуалы были перекодированы: например, вечернее платье получало идеологическое одобрение, если предназначалось для посещения концертов классической музыки. Фотографии дипломных моделей, выполненных первым выпуском студентов факультета, свидетельствуют о том, что молодые дизайнеры усвоили основы кроя и правильного подбора тканей, а также руководствовались принципами традиционной эстетики. Их выдающиеся технические знания и навыки служили идеальным инструментом для создания классических моделей, свободных от власти времени (ил. 3.24).

Профессионалы, подобные Влковой и Надор, надеялись сохранить и передать будущим поколениям дизайнеров драгоценные знания о довоенных модных традициях. Востребованные коммунистами-идеологами стран Восточной Европы прежние эстетические принципы, однако, неизбежно утрачивали свою изначальную природу в кривом зеркале социалистического реализма. Намерения и цели вынужденно сотрудничавших друг с другом специалистов-

модельеров и представителей новой власти заметно различались. Это невероятное партнерство могло существовать лишь в границах искаженной реальности социалистического мифа и поддерживавших и воспроизводивших ее институтов высшего образования. Опыт довоенных экспертов в области высокой моды был нужен для создания совершенного, уникального и классически элегантного мифического костюма. Власти, даже в большей степени, чем раньше, нуждались в профессиональных дизайнерах, однако не для разработки образцов функциональной массовой повседневной одежды, а для конструирования монументальных представительских моделей.

Покупка мифа

Итак, в рамках сложившейся при социализме бюрократической системы платье приобрело статус не реального, а мифического объекта[54]. Руководители центральных модных институтов в приказном порядке задавали направление новых модных тенденций: силуэты платьев, их цвета, виды тканей, размеры одежды, стиль головных уборов и туфель — вплоть до мельчайших деталей[55]. Как правило, эти директивы так и оставались на бумаге, поскольку модели платьев и аксессуаров находили воплощение лишь в качестве прототипов, демонстрируемых на подиумах, или в форме эскизов, сопровождающих выкройки в модных журналах (ил. 3.25).

В атмосфере экономической и культурной изоляции миф процветал — чего нельзя было сказать о быте. В отсутствие адекватно функционирующего рынка и торговой конкуренции в магазины в массовом порядке поступали устаревшие и плохо пошитые изделия. Это вызывало соответствующую реакцию в средствах массовой информации. В 1951 году польское еженедельное издание Świat опубликовало статью, посвященную одежде, продававшейся в государственной сети магазинов MHD. В ней отмечалось, что польские фабрики выпускают симпатичные платья, скромные и элегантные — но почему-то только гигантских размеров. «Какой смысл покупать готовую одежду, если ее затем приходится перешивать?» — недоумевал автор[56]. Предполагалось, по-видимому, что идеальная новая женщина, даже питающая склонность к изящным нарядам, обладает монументальными формами. Человеческое тело было призвано физически соответствовать непомерным идеологическим амбициям власти. Платья огромных размеров представляли собой текстильный аналог гигантских пропорций архитектуры социалистического реализма, которая должна была воздвигнуться в сердце Варшавы.

Проблемы, однако, были связаны не только с идеологией. Низкое качество товаров или отсутствие их в магазинах объяснялось плачевным состоянием послевоенной экономики. Руководители текстильной и швейной отраслей промышленности были не в состоянии выполнить оптимистичные обещания,

которые давались народу. В январе 1949 года в первом выпуске чехословацкого издания Žena a móda появился экономический прогноз, гласивший, что процесс производства и равномерного распределения широкого ассортимента тканей и одежды будет налажен уже к следующей весне. Между тем было очевидно, что восстановить разрушенную войной промышленность и реорганизовать ее в соответствии с новой экономической моделью за год просто невозможно. Несбыточные обещания кардинальных перемен к лучшему составляли неотъемлемую часть сталинского мифа. Однако население восточноевропейских стран еще не усвоило законы социалистической риторики. Люди остро реагировали на невыполненные обещания, отправляя недовольные послания чиновникам и журналистам. В 1951 году продавщица магазина одежды прислала письмо с жалобой на состояние швейной индустрии в журнал Žena a móda[57]. Она писала, что в магазин поступает одежда низкого качества, которая производится без учета реальных нужд потребителя. Ширина рукавов не соответствует размерам платья, рукава пальто слишком узки, цветовые решения не отвечают потребностям разных возрастных групп, а при стирке одежда садится[58]. Журналисты не боялись затрагивать подобные темы, хотя и смягчали критику обещаниями, что в ближайшем будущем все недочеты будут устранены. Иными словами, образ повседневной одежды, в отличие от представительских моделей, приобретал в средствах массовой информации негативную коннотацию. Польское еженедельное издание Świat признавало, что «наша промышленность не в состоянии произвести одежду, удовлетворительную с эстетической точки зрения. Эти модели никто не хочет покупать»[59]. В другой раз Świat опубликовал статью, посвященную модному показу, организованному Министерством легкой промышленности с целью демонстрации коллекции готовой одежды сезона весна-лето 1955 года. Высказав сомнение в том, что эти модели действительно получат одобрение консервативно настроенных членов художественного совета и появятся в магазинах, обозреватель добавлял: «Покупателям надоели модели пятилетней давности, им нужны перемены»[60]. Резкое повышение цен на одежду в 1953 году вызвало ярость населения, поскольку коснулось товаров, которые люди страстно стремились заполучить. Требуя объяснения причин удвоения стоимости перлоновых чулок, одна из работниц, Элли Фойгт, написала гневное послание Элли Шмидт, в то время возглавлявшей Государственную комиссию Министерства торговли по делам торговли и снабжения[61]. Ситуация была особенно деликатна, поскольку перлоновые чулки, составлявшие предмет вожделения женщин ГДР, в Западной Германии входили в число доступных предметов повседневного обихода. В тщательно составленном ответном послании Шмидт писала: «Мы работаем на основе пятилетнего плана. Наша цель — заложить фундамент социализма, и в этой ситуации невозможно за год перейти с вискозы на перлон. Это неосуществимо ни в Советском Союзе, ни



Ил. 3.25. Модели из нашей готовой коллекции. Žena a móda. 1949, № 4

в других странах, где победила народная демократия, — и там цены на чулки также значительно варьируются. Я думаю, что мы должны доверять политикам и принимаемым ими мерам, которые вынужденно приводят к повышению цен на определенные группы дефицитных товаров»[62]. Правительство Восточной Германии искало у населения понимания и поддержки социалистического проекта, сознавая, однако, что терпение людей на исходе. Государственные трикотажные фабрики начали разработку технологий для производства перлоновых чулок[63], однако их изделия проигрывали продукции западных соседей в качестве, особенно после того как Западная Германия завоевала лидерство в этой области на мировом рынке.

Восточногерманские идеологи старались сгладить негативное впечатление от социалистических практик, связанных с одеждой, возникающее при сравнении их с западными. После визита в Париж двух представителей Института культуры одежды в 1955 году корреспонденты модного журнала Die Bekleidung

и газеты Berliner Zeitung поинтересовались у них, какой силуэт платья — напоминающий букву «Н» или букву «А» — предпочитают парижские модницы[64]. В обоих изданиях ответ звучал одинаково. Оказывается, парижанки совсем не интересуются экстравагантными творениями Диора и Фата и их не беспокоит нелепая дилемма силуэтов «Н» и «А», поскольку в обычной жизни они предпочитают носить практичную одежду удобного покроя. Такие костюмы используются настолько широко, что практически превратились в униформу, — говорилось в статьях; замечалось также, что парижанки сообщают своему облику индивидуальность, удачно сочетая блузы, сумочки и неброские ювелирные украшения. Нетрудно заметить, что эти тщательно продуманные публикации служили еще одним свидетельством все увеличивающейся пропасти между идеальным мифическим модным прототипом и миром повседневности с его дефицитом повседневной одежды в странах социалистического лагеря.

Западная мода как миф

Динамичный, ориентированный на современность феномен моды не мог выжить в изолированном пространстве культуры, основанной на мифе. Это не означало, однако, что призрак моды перестал навещать обитателей социалистического мира. Напротив, начиная с 1953 года изображения западных моделей начали все чаще появляться в восточноевропейских модных журналах. После смерти Сталина по Восточной Европе прокатилась волна протестов, спровоцированных низким уровнем жизни и отсутствием политических свобод. Восстания были быстро подавлены. Вместо политической свободы гражданам пришлось довольствоваться либерализацией в сфере моды и искусства. Не сумев самостоятельно создать привлекательный образ повседневной реальности, власти отступили перед визуальной притягательностью Запада. Изящные силуэты модных платьев и робкие ростки абстрактного искусства, по сути, выполняли пропагандистскую функцию, убеждая граждан стран Восточной Европы в том, что их правительства сохраняют дистанцию по отношению к Советскому Союзу. Однако позитивное отношение к европейским нарядам в средствах массовой информации, разумеется, не привело к появлению одежды в магазинах. Описываемый сюжет носил сугубо политический характер. Мода была явлением эфемерным, а потому ее было удобно использовать, чтобы символически продемонстрировать гражданам близость краха социализма в его худшем, сталинском варианте. В этой ситуации западная мода сама превращалась в миф, эксплуатируемый режимом.

Издательская политика восточноевропейских женских журналов стала более разнообразной. Например, в Венгрии популярный еженедельник Nők lapja и выходящее раз в месяц элитарное издание Ez a divat придерживались разных, хотя и взаимно компенсирующих позиций в отношении моды[65]. Nők lapja пред-

ставлял читательницам скромные модели, разработанные специалистами RTV, венгерского центрального модного института, и время от времени вел идеологические баталии против западной моды. Специализированный модный журнал Ez a divat, напротив, после прихода к власти в 1953 году либерального коммунистического лидера Имре Надя активно возделывал культурное поле модного производства. Хотя надежды на потепление политического климата во время недолгого периода пребывания Надя у власти не оправдались из-за постоянной угрозы со стороны Советского Союза, отношение к западной моде изменилось практически мгновенно. Время от времени Ez a divat публиковал репортажи о модных показах, устраивавшихся несколькими сохранившимися модными салонами, которые пытались работать в русле западных тенденций. Освещение этой тематики в Ez a divat, элитарном издании, выходившем небольшим тиражом, демонстрировало, что венгерские власти допускали контролируемый плюрализм в сфере моды (ил. 3.26)[66].

Подобным же образом развивались события в Польше с началом действия новой программы реформ в 1953 году. Осторожные попытки польского правительства освободиться, хотя бы в некоторой степени, от политического давления Советского Союза сопровождались появлением изображений европейских моделей одежды в польской прессе[67]. В журнале Świat последние обычно описывались как «простые» — характеристика, наделявшаяся позитивной коннотацией благодаря тщательному отбору иллюстраций, изображающих идеально пошитые костюмы и модные платья спортивного покроя. Несмотря на свою простоту, эти наряды выглядели безукоризненно. Их демонстрировали хорошо ухоженные женщины в дорогих украшениях, шляпках и перчатках, с изящными сумочками в руках[68]. Эти фотографии служили рекламой ухоженности и утонченной элегантности, а кроме того, пропагандировали эстетику современной западной высокой моды. Конструируя идею женственности, элитарные и массовые издания все больше полагались на европейский визуальный лексикон, поскольку ни Советский Союз, ни страны Восточной Европы не сумели разработать в этом отношении сколько-нибудь адекватную концепцию после отказа от проекта создания женской ипостаси сверхчеловека. Чтобы приспособить западные модные практики к социалистической реальности, разрабатывалась целая система новых ритуалов. Например, в журнале Świat непритязательный раздел «Недорого и красиво», посвященный вопросам гардероба, в 1954 году сменился новой колонкой «Только для женщин» под руководством Анны Зюлькувы (Anna Ziólkówa). Если раньше в журнале публиковались преимущественно модные картинки с минимальным текстовым комментарием, то теперь демонстрация западных моделей сопровождалась множеством конкретных рекомендаций. Подзаголовки статей напоминали начало инструкции — например, «Внимание» или «Да и Нет» — и содержали



Ил. 3.26. Весенние ансамбли. Ez a divat. Март 1954

советы, касающиеся предметов, в обращении с которыми социалистическая женщина все еще чувствовала себя неуверенно. Речь шла о косметике, прическах, парижских модных коллекциях, маленьких женских хитростях, модных аксессуарах и правилах этикета, которые следует соблюдать при посещении концерта или театрального представления.

В Югославии модные наряды выполняли в основном репрезентативную функцию, так как промышленность не могла адекватно функционировать в условиях послевоенной разрухи. Освободившись от германской оккупации силами собственного движения сопротивления, а не благодаря Красной

Армии, страна после 1945 года обладала определенной независимостью от влияния Советского Союза. О специфике движения Югославии к социализму свидетельствовал особый характер модных практик, отличавший эту страну от других государств Восточной Европы. Югославские фабрики были национализированы, однако нападки на западную моду в прессе никогда не были особенно популярны. Кроме того, в Югославии отсутствовал централизованный модный институт, контролирующий дизайн, производство и распределение одежды. Изображения элегантных платьев в западном стиле, публиковавшиеся в отечественных женских журналах, выполняли пропагандистскую функцию, выгодно выделяя страну на фоне Советского Союза, от которого Югославия отстранилась после разрыва со Сталиным в 1949 году.

Основанный в 1953 году югославский модный журнал Svijet активно рекламировал западные модные тенденции[69]. Первый редактор издания Смиля Дончевич (Smilja Dončević) вспоминала: «Мы просили знакомых и друзей-журналистов, работавших и отдыхавших за рубежом, привозить нам как можно больше женских журналов. Это помогало нам информировать читателей Svijet о новостях из мира моды и других примечательных событиях, происходящих в других странах» (Dončević 1990: 84). Магда Велтруски, которая стала редактором отдела моды Svijet в середине 1950-х годов, подробно рассказала о европейских изданиях, которым подражал Svijet: «Как правило, мы ориентировались на французские журналы Vogue и L'Officiel, но иногда использовали и другие, например французский журнал Modes & Travaux. Последний был массовым изданием, но там публиковались выкройки моделей, которые могли заинтересовать нашу аудиторию. Сначала зарубежные журналы появлялись в редакции Svijet лишь время от времени, но затем мы подписались на Vogue и на некоторые другие издания»[70]. Велтруски признавала, что дизайн обложки и коллекции, публиковавшиеся в Svijet, попросту копировались из западных журналов, без ссылок на источники: «Мы брали из французских журналов все, что хотели; никто не жаловался. Впрочем, Modes & Travaux однажды выставил нам огромный счет за использование их выкроек. Издательство оплатило его, и после этого мы перестали использовать это издание и заимствовали материалы из других»[71].

Издатели Svijet как будто не замечали проблем послевоенного быта с его бедностью и дефицитом необходимых товаров. Беззастенчиво копируя западные журналы, они творили иллюзорный мир, призванный засвидетельствовать выгодное отличие югославской разновидности социализма от всех прочих. «Обзор модных тенденций», редакторская колонка, публиковавшаяся в издании начиная с первого выпуска, пестрела современными нарядами, драгоценностями, дамскими прическами и новыми парижскими моделями. Типичный совет читательницам звучал так: «Жемчуга и бриллианты хорошо



Ил. 3.27. Александар Срнец. Графическое оформление журнала Svijet. Февраль 1954

сочетаются с изумрудно-зеленым платьем, а бирюза и изумруды в комплекте с тем же самым нарядом больше подойдут женщине авантюрного склада. Изумрудные украшения и перчатки того же цвета следует надевать к вечернему наряду. С коротким вечерним платьем сочетаются туфли цвета морской волны или изумрудно-зеленого, с тонкими белыми полосками»[72]. Предполагалось, что настоящая леди отправляется в театр в изысканном черном платье и загорает в пляжном костюме в голливудском стиле. Днем она одевается в элегантные костюмы и пальто, украшенное драгоценной брошью, или носит меха. Svijet регулярно публиковал информацию о последних парижских модах с детальным описанием коллекций ведущих дизайнеров. Одновременно югославские власти начали с одобрением относиться к художественным экспериментам в области авангардного искусства, от увлечения геометрическими абстракциями до экспрессионизма. В своем манифесте основатели загребского объединения авангардистов Exat 51 заявляли, что ставят своей задачей осуществление синтеза чистого и прикладного искусств. Графическое оформление журнала Svijet начала 1950-х годов, создателем которого был Александар Срнец, представляло собой одну из наиболее удачных репрезентаций эстетики Exat 51 в контексте повседневной реальности (ил. 3.27, 3.28).



Ил. 3.28. Александар Срнец. Графическое оформление журнала Svijet. Май 1956

Восточноевропейская мода этого времени была тесно связана с политикой и служила инструментом, с помощью которого власти пытались заручиться поддержкой населения для реализации социалистического проекта. Потепление климата в пространстве моды поддерживало надежды людей на улучшение условий жизни. Между тем, будучи составляющей мифического нарратива, социалистическая мода была мало связана с реальностью. Подчеркнутое внимание властей к актуальным западным модным тенденциям свидетельствовало о том, что государство в полной мере осознает возможности моды. Образы красивых элегантных нарядов, казалось, давали надежду на то, что худшие проблемы, связанные с послевоенной разрухой и идеологизацией костюма, уйдут в прошлое со смертью Сталина. Тем не менее отечественная индустрия в итоге так и не смогла осуществить эти пожелания, а вневременная сталинская эстетика постепенно, с помощью централизованных институтов, подчиняла себе пространство моды. Во второй половине 1950-х годов процесс символического и материального воспроизводства образцов социалистической моды был налажен настолько хорошо, что предпринятые Хрущевым попытки проведения политических и экономических реформ уже практически не могли на него повлиять.

ГЛАВА 4

Холодная война и модная война

В 1956 году Хрущев отказался от сталинской изоляционистской политики и стал налаживать отношения с Западом. Это послужило началом более либерального в идеологическом отношении периода «оттепели»[1]. Взгляды властей на моду также изменились. В Советском Союзе и странах Восточной Европы связанные с модой официальные практики теперь развивались параллельно, независимо друг от друга. В период холодной войны гонка вооружений сопровождалась конкурентной борьбой в сфере повседневной жизни, так что социалистические государства развязали своеобразную модную кампанию против Запада. Советский Союз десятилетиями игнорировал существование моды, а в странах Восточной Европы связь с довоенной традицией была разорвана. В этих условиях изделия социалистической индустрии не могли по-настоящему конкурировать с западными модными товарами. Между тем власти, опираясь на централизованную систему производства и распределения одежды, по-прежнему стремились контролировать моду, используя для этого самые разнообразные механизмы. К числу последних относилось организация международных выставок, знакомящих посетителей с образом жизни граждан зарубежных стран, выборочная публикация западных моделей в отечественных женских журналах, открытие модных универмагов, распространение модных салонов, обслуживающих индивидуальных клиентов, и участие в социалистических конгрессах моды, а также в отечественных и международных модных показах.

Выставки в Москве и Нью-Йорке

Развитие массовой культуры перевело холодную войну на новый уровень. К концу 1950-х годов, отметив успехи Советов в битве за космос, Хрущев решил продолжить состязание с Западом в сфере повседневной жизни. В этой связи летом 1959 года холодная война переместилась на территорию культуры. Советский Союз организовал выставку научных, технологических и культурных достижений в Нью-Йорке, а американцы — национальную выставку в Москве. Обе державы стремились похвастаться друг перед другом — в том

числе и модной одеждой. Таким образом, официальная реабилитация феномена моды в социалистическом пространстве осуществилась благодаря борьбе Советов за культурное превосходство над Западом.

В 1959 году вице-президент Америки Ричард Никсон и его жена Пэт приехали в Москву для открытия Американской национальной выставки. Как сообщалось в журнале Newsweek, для этого визита Пэт Никсон тщательно подобрала новый гардероб: «Один костюм из натурального шелка, коричневое коктейльное платье из шелковой тафты, платье из шелковой и хлопчатобумажной ткани с цветочным рисунком в комплекте с жакетом и еще два платья. Бóльшая часть гардероба была приобретена в магазине Henry Bendel's в Нью-Йорке, где Пэт провела целый час, потратив в итоге несколько сотен долларов. "Это просто одежда, — объяснила она. — В основном платья с пышными юбками и аксессуары для создания гармоничного "образа". Это не изделия высокой моды, а просто вещи, которые мне нравятся и которые, надеюсь, мне идут"»[2]. На открытии выставки Пэт Никсон появилась в сопровождении мужа и первого заместителя председателя Совета Министров СССР Фрола Козлова. Она была неотразима в костюме из натурального шелка и элегантной шляпе. Пэт выглядела именно так, как задумывала: элегантной и обеспеченной американской домохозяйкой. Смысл послания читался отчетливо: несмотря на лидирующее положение русских в сфере образования или освоения космоса, их одежда не могла сравниться с западной, а советская женщина в повседневной жизни была лишена изысканности американской дамы. Умело подобранный гардероб Пэт Никсон свидетельствовал об уровне жизни, недоступном жителям Советского Союза. На это же указывал и представленный на выставке компьютер IBM 305 RAMAC, который выдавал четыре сотни сообщений, повествующих о различных аспектах жизни в Америке. В одном из них на идеальном русском языке описывался стандартный гардероб американки. В него входили «зимнее и весеннее пальто, плащ, пять домашних и четыре повседневных платья, три костюма, три юбки, шесть блуз, две нижние юбки, пять ночных сорочек, восемь пар трусов, пять бюстгальтеров, два корсета, два халата, шесть пар нейлоновых чулок, две пары носков, три пары перчаток к платьям, три пары спортивных шорт, слаксы, спортивный костюм и разнообразные аксессуары»[3].

В программу выставки были включены ежедневные модные показы; продолжительность шоу составляла 35 минут. На каждом из них побывало от трех до пяти тысяч зрителей. После долгих переговоров с принимающей стороной американцы представили русской публике коллекцию, куда вошли образцы молодежной одежды, наряды для отдыха, повседневные костюмы и длинные вечерние платья. Организаторы пытались познакомить русскую аудиторию с «подлинной американской жизнью», поэтому коллекцию демонстрировали не только профессиональные манекенщицы, но и обычные люди — дети, подрост-

ки, их бабушки и дедушки и даже целые семьи. Корреспондент журнала Newsweek находил эти мероприятия малоинтересными, отдавая должное, однако, их политическому пафосу: «Наряды смотрелись красиво, хотя и немного скучно. <...> Главной целью показа было продемонстрировать советским людям, что носит обычная американская женщина на работе и во время отдыха — не шикарная дама с Парк-авеню, а молодая, в том числе и чернокожая, женщина из пригорода»[4]. Появление на подиуме этих моделей представляло собой мощный пропагандистский ход[5]. Изысканные платья, созданные мастерами нью-йоркских модных салонов, были легкой мишенью для советской критики, которая, наверняка, усмотрела бы в них роскошное облачение буржуев-эксплуататоров. Но американцы слишком хорошо понимали, что русским нечего противопоставить качественной западной одежде массового производства.

Модные показы в Москве произвели огромное впечатление на публику. Примечательно, что за два месяца до этого американская пресса в репортажах об аналогичной русской экспозиции в выставочном центре нью-йоркского «Колизея», напротив, подчеркивала бедность повседневной жизни советских людей. Корреспондент New York Times писал: «Советы стремятся убедить публику в том, что русские граждане наслаждаются высоким уровнем жизни, и в доказательство представляют интерьеры, недоступные большинству потребителей, а также одежду и меха, которые практически невозможно увидеть на московских улицах»[6]. Модные показы, входившие в программу выставки, вызывали иронические комментарии западных журналистов. Модели — пять девушек и один юноша — демонстрировали платья и костюмы, созданные модными дизайнерами ведущего советского универмага ГУМ и московского Дома моделей. Журнал Time сообщал, что «трикотажные и, в особенности, плотные шерстяные костюмы, по-видимому, хорошо защищают от русских морозов, но в том, что касается стиля, они представляют собой неуклюжие копии западных моделей»[7].

Модели, которые американская пресса окрестила «неуклюжими копиями», в действительности являлись образцом советского элегантного стиля. В 1956 году генеральный директор ГУМа В.Г. Каменов выпустил брошюру с детальным описанием услуг, предоставляемых главным советским универмагом[8]. Модные ателье, принимающие индивидуальные заказы, и специализированные магазины, где можно было купить натуральные или расписанные вручную шелковые ткани, женские головные уборы, шубы и парфюмерию, — все это было призвано создавать атмосферу роскоши и утонченности (Каменов 1956: 10–11). На иллюстрациях внимательные продавцы предлагали посетителям дорогие товары. Один из разделов буклета был посвящен новым методам торговли, а в другом рекламировались расположенные в универмаге модные салоны, ориентированные на индивидуальное обслуживание (Там же: 18–31).



Ил. 4.1. Пэт Никсон с женами советских политиков:
(слева направо) г-жа Микоян, г-жа Никсон, г-жа Хрущева и г-жа Козлова.
Обложка журнала Life. 1959

Они были шикарно обставлены: резная мебель из темного дерева, хрустальные люстры, тяжелые бархатные шторы вызывали в памяти «дворцы потребления» 1930-х годов. Универмаг по-прежнему являлся воплощением устаревшей монументальной эстетики, связанной со сталинской идеей роскоши. Это застывшее безжизненное царство, неспособное к переменам, не могло конкурировать с европейской повседневной реальностью. Иными словами, после потепления отношений с Западом созданная Советами пропасть между действительным миром и его идеальной репрезентацией стала еще более заметна.

К концу 1950-х годов ГУМ казался старомодным и провинциальным по сравнению с процветающими американскими универмагами, предлагавшими посетителям широкий спектр качественных товаров массового производства. Это отчетливо обнаруживалось при непосредственном контакте советских людей с Западом. Фотография на обложке журнала Life, вышедшего в августе 1952 года, свидетельствует о том, что модная война велась даже на высшем дипломатическом уровне (ил. 4.1). На снимке изображена Пэт Никсон в компании Нины Хрущевой (справа), а также жен Микояна и Козлова (справа, с краю). На их фоне Никсон смотрится как хорошо одетая состоятельная американская домохозяйка: шелковое платье с цветочным рисунком, нитка жемчуга, умело наложенный макияж. Жены советских политиков явно не могут конкурировать с ней в стройности и элегантности. Фотография сделана во время торжественного приема на даче Хрущева, куда дамы прибыли со своими мужьями. Наряды советских женщин заметно отличаются друг от друга: их владелицы явно по-разному представляли себе модный костюм. Платье Нины Хрущевой выглядит очень просто и застегивается спереди на пуговицы, как обычный халат. Такие платья женщины обычно носили дома, занимаясь уборкой, приготовлением пищи или просто отдыхая. Жена Микояна облачена в скромный, слегка приталенный костюм. Пролетарский аскетизм наряда смягчает небольшая шляпка, превращающая его в выходное платье.

Торжественный наряд жены Фрола Козлова, первого заместителя председателя Совета Министров СССР, указывает на то, что она полностью осознает значимость момента. Вечернее платье, украшенное вышивкой у ворота, вышитая муслиновая накидка, белая выходная сумка и перчатки в тон, укладка и макияж демонстрируют новое отношение советских женщин к модной одежде. И тем не менее Козловой недостает элегантности и непринужденного изящества американки, несмотря на то что обе дамы обладают одинаковым социальным статусом. Платье Козловой служит гораздо более ярким напоминанием о недавнем идеологическом разрыве советской моды с традицией, чем простой костюм жены Микояна или домашний халат Нины Хрущевой. Надев костюм, сшитый в западном стиле, Козлова нарушила дресс-код советской политической элиты, или партийной номенклатуры, представители которой со времен революции одевались очень скромно. Сталин и его окружение, в частной жизни отдававшие должное всем традиционным атрибутам роскоши, от меховых манто до личной прислуги, изысканных блюд и антикварной мебели, на публике неуклонно демонстрировали верность пролетарскому аскетизму. Нина Хрущева и Микоян, жены старых большевиков, продолжали придерживаться этой традиции[9]. Козлова, однако, осмелилась отказаться от нее: новые представители номенклатуры осознавали, что времена меняются[10].

Взгляд социалистической прессы на западную моду

В конце 1950-х годов корреспонденты югославского журнала Globus («Глобус») и советского «Журнала мод» приехали в Париж по заданию своих редакций: они должны были освещать ход сезонных модных показов. Впечатления, которыми они поделились с читателями, оказались весьма сходны. Репортер издания Globus выбрал своей героиней Коко Шанель, которая «в отличие от своих конкурентов Диора, Живанши или Пьера Бальмена с их тягой к зрелищности и эксцентричности, демонстрировала удобные функциональные модели, выгодно подчеркивающие природную женскую красоту»[11]. Напомнив, что Шанель в прошлом была инициатором ряда революционных переворотов в мире моды, автор подчеркнул, что теперь дизайнер не видит нужды в кардинальных переменах: современное платье полностью удовлетворяет всем потребностям женщины, поскольку «сочетает красоту и практичность, не стесняет свободы движения и одновременно позволяет даме выглядеть элегантно и привлекать к себе восхищенные взгляды»[12]. Советская корреспондентка Л. Ефремова также обнаружила, что парижанки конца 1950-х годов предпочитают функциональную и простую одежду. Она заметила, что многие француженки ходят на работу, в театр или на вечеринки в одной и той же одежде, даже если имеют возможность нарядиться в вечернее платье. Представительницы нации, прославившейся превосходным вкусом и изяществом в одежде, знают, что наряд должен быть простым и скромным. В заключение Ефремова подчеркивала: «истинная парижская мода — это мода практичная. ...ей всегда присущи простота, элегантность, скромность в дневных туалетах»[13]. Тот факт, что Ефремова, специалист московского Общесоюзного дома моделей, открыто отдавала должное Франции, которая «уже с давних времен является центром европейской моды»[14], подтверждал, что официальная политика в отношении западной моды действительно изменилась.

Потепление политического климата означало ослабление контроля в отношении модных практик. В 1950 году чехословацкий журнал Žena a móda усматривал в женственном силуэте и роскошном покрое европейских платьев признак разложения капиталистической системы[15]. Однако со второй половины 1950-х годов пресса начала благосклонно отзываться о западной моде: «Подобно всем представителям цивилизованного мира, мы не стремимся уничтожить моду или отстраниться от нее. Напротив, мы постоянно внимательно следим за развитием зарубежной моды и всегда рады поддержать позитивные творческие начинания дизайнеров всего мира»[16].

Идеологи Восточной Германии почувствовали необходимость появления нового модного издания, более динамично откликающегося на запросы публи-

ки. Die Bekleidung, печатный орган Института культуры одежды, был слишком формален, а демонстрируемые им идеальные модели слишком безжизненны, чтобы соответствовать новым веяниям. В декабре 1955 года директор института Элли Шмидт обратилась к министру легкой промышленности с просьбой санкционировать создание нового модного журнала[17]. Всего год спустя он начал выходить под эгидой Института. Журнал носил название Sibylle. Как пояснялось в первом выпуске, начертанное на обложке имя античной прорицательницы Сивиллы намекало на способность нового издания предугадывать капризы моды. Главной задачей журнала являлась демонстрация работ сотрудников Института культуры одежды и отечественных модных ателье. Однако, как хорошо известно, нет пророка в своем отечестве. Памятуя об этом, редакция планировала знакомить публику с творчеством модельеров Праги, Флоренции, Варшавы, Вены, Москвы, Нью-Йорка, Пекина, Лондона и Парижа[18]. Приветствуя рождение журнала, Элли Шмидт обещала, что он послужит добрым спутником и верным другом не только читателям, интересующимся вопросами моды, но и специалистам Института культуры одежды, которые смогут с его помощью представлять свои работы широкой аудитории[19]. В первом номере, вышедшем в свет вскоре после поездки Шмидт в Париж в компании нескольких модельеров возглавляемого ею Института, она опубликовала подробный рассказ о последних парижских коллекциях моделей от-кутюр[20].

В 1956 году в Польше пришел к власти реформатор Владислав Гомулка. К этому времени журнал Świat уже начал публиковать модели, позаимствованные из американских и французских изданий Vogue, итальянского модного журнала Donna и французского журнала Marie France[21]. В венгерском издании Ez a divat появились репортажи о французских модных коллекциях 1956 года, представленных в журналах Elle, Vogue и L'Officiel, а также статьи побывавших в Париже венгерских дизайнеров[22]. Так, в номере, вышедшем в свет в августе 1957 года, Клара Ротшильд, создательница самого престижного будапештского модного салона Ez Párizs («Это Париж»), сообщала читателям о новых нарядах от Jacques Griffe и Dior[23], а месяц спустя Вера Надор, ведущий дизайнер Центрального модного института швейной промышленности, рассказывала о парижских модных трендах[24]. Институт швейной промышленности основал собственный глянцевый журнал Pesti divat («Мода Будапешта») для демонстрации отечественных и западных модных коллекций[25]. Парадоксально, но после 1956 года правительствам Польши и Венгрии оказалось гораздо проще смириться с проникновением западных веяний в мир искусства и на страницы модных журналов, чем предпринять реальные шаги по реформированию отечественной экономики и улучшить качество текстильной и швейной продукции. Хотя Гомулка негативно относился к стремлению Советского Союза контролировать политику стран Восточной Европы, а потому предложил



Ил. 4.2. Задняя сторонка обложки журнала Ez a divat. 1957, № 4

собственную программу социалистического развития, его власть на деле была весьма ограничена, а различие между Польшей и Советами прослеживалось на репрезентативном, а не на системном уровне. Таким образом, западные модные тренды активно воспринимались и ассимилировались странами Восточной Европы (ил. 4.2).

До тех пор пока правительства этих государств не посягали на базовые социалистические ценности, шаги, ведущие к переменам в мире моды и визу-

альных искусств, не только не пресекались, но даже втайне поддерживались Советским Союзом — это способствовало формированию его положительного образа. С одобрения Хрущева восточноевропейские страны быстрее и продуктивнее взаимодействовали с Западом, чем Советский Союз. Неслучайно в 1956 году Элли Шмидт пылко воскликнула в одной из своих статей: «Здесь родилась воля к моде!»[26]

Представительские магазины: современность на витрине

По мере улучшения отношений с Западом социалистические модные журналы были вынуждены признать, что западные модные практики производства, продажи и распространения одежды развиты гораздо лучше, чем отечественные. Впрочем, журналисты уверяли потребителей, что власти осознают существование проблем в этой области и готовы задуматься над их решением. В 1958 году репортер венгерского еженедельника Nők lapja, посетив универмаг H&M в Стокгольме, нашел там лишь качественные и недорогие товары. Журналист отметил, что шведским дамам не нужно тратить деньги на пошив дорогой одежды по индивидуальному заказу, поскольку в H&M всегда имеются в наличии красивые и доступные по цене платья. Обслуживающий персонал универмага доброжелателен и действительно заботится о благе клиентов. Репортер видел своими глазами, как трое продавцов пытались убедить покупательницу в том, что приглянувшийся наряд ей не подходит. Вместо него они подобрали для женщины более красивую вещь, стоившую при этом гораздо дешевле[27]. Подобные умело написанные статьи внушали читателям новые представления об адекватной организации массового производства и распределения товаров — например, о том, что готовая одежда должна в итоге добираться до прилавков, что интересы клиента должны учитываться обслуживающим персоналом и, наконец, что такой феномен, как мода, действительно существует.

В эпоху политической изоляции магазины социалистических государств либо пустовали, либо очень плохо снабжались одеждой, которая, как правило, была низкого качества. В этом царстве мифа стильные эксклюзивные наряды, созданные и произведенные специалистами центральных модных институтов, демонстрировались в женских журналах как символ успеха отечественной швейной промышленности. Сосредоточив внимание на достижении реальных результатов в сфере тяжелой индустрии и космических технологий, страны социалистического лагеря воспринимали моду исключительно как репрезентативный феномен. Они признали ее лишь тогда, когда осведомленность



Ил. 4.3. Оформление интерьера. «Дом мод» в Праге. Tvar. 1958, № 4

публики в области массовой культуры и потребительских практик уже невозможно было игнорировать.

В 1956 году в Праге состоялось открытие универмага «Дом мод». Это событие имело не меньшее значение, чем потепление политических отношений Советского Союза с Западом. Цены здесь были выше обычного, однако качество одежды, производившейся небольшими партиями, было значительно лучше. Отмечая десятилетний юбилей универмага, журнал Žena a móda писал, что трудно найти женщину, ни разу не побывавшую в этом магазине. И действительно, за первые десять лет работы пражский «Дом мод» обслужил 12 миллионов покупателей (ил. 4.3)[28]. Он мало походил на обычные магазины, однако отнюдь не отличался помпезной роскошью московского ГУМа. Напротив, оформление его интерьеров соответствовало принципам современной западной эстетики. Стремясь произвести впечатление на отечественную и западную

публику, администрация универмага воспользовалась советами довоенных экспертов — архитекторов и театральных художников-декораторов. На пятом этаже стояли кресла и кофейные столики, на которых лежали модные журналы. Металл, стекло, пластик, керамические барельефы работы двух современных чехословацких художников, скульптурные керамические светильники создавали ощущение простоты и легкости, о чем с одобрением упоминалось в журнале Tvar, посвященном прикладным искусствам[29]. В описываемый период в Чехословакии было основано несколько профессиональных школ, в которых обучались будущие оформители витрин. Впоследствии 1500 выпускников-дизайнеров оформили 120 тысяч магазинных витрин по всей стране[30]. Руководители центральных универмагов быстро усвоили новую официальную эстетику, объявив о скором осуществлении мечты о потребительском рае.

Подобные магазины появлялись и в других восточноевропейских странах. Польский модный журнал Projekt («Проект») объявил в 1957 году, что Институт промышленного дизайна открыл два магазина в Варшаве, и добавлял, что от покупателей там нет отбоя. По словам корреспондента, «это был единственный способ донести до потребителя товары, созданные сотрудниками института в ходе экспериментов в области новейшего художественного дизайна»[31]. В 1957 году восточногерманский женский журнал Sibylle сообщал, что готовится к открытию новый магазин с тем же именем в одном из лучших мест Берлина, на углу Friedrichstrase и проспекта Unter den Linden. Утверждалось, что он будет представлять собой аналог западных бутиков, торгующих модными товарами[32]. Упомянутый новый современный магазин начал, однако, работать только через год после появления этого объявления. По словам Инге Керцшер, критика и обозревателя моды, корреспондентки коммунистической газеты Neues Deutschland, Sibylle был «первым берлинским бутиком», который представлял собой «рай, настоящий рай для женщин» (ил. 4.4)[33].

Большие стеклянные стенные панели, люстры-«спутники» и современная мебель служили идеальной оправой для небольших коллекций эксклюзивных костюмов производства DMI, элитарных ателье, созданных на базе отечественных текстильных предприятий, и модных импортных товаров из Австрии, Франции, Голландии, Италии, Чехословакии, Польши и Венгрии[34]. Впрочем, если журнал Sybille считал роскошь достоинством магазина, то популярное женское издание Frau von heute пренебрежительно отзывалось как о чрезмерных амбициях создателей Sybille, так и о высоких ценах на продающиеся в бутике товары. Храня верность пролетарским идеалам, журнал Frau von heute критиковал модные платья-«мешки» и экстравагантные вечерние наряды из lamé, заявляя, что они годятся только для обеда с князем Монако Ренье III[35].

Идея аскетизма всегда так или иначе сохраняла привлекательность для идеологов социализма, однако борьба с Западом за лучший уровень жизни

вынуждала власти рекламировать образ потребительского рая, ожидающего граждан в скором будущем. В январе 1961 года лидер ГДР Вальтер Ульбрихт писал Хрущеву, что отчетливо осознает, как опасно пренебрегать проблемами, связанными с нехваткой потребительских товаров: «это дает ФРГ возможность оказывать на нас постоянное политическое давление. Процветающая экономика Западной Германии — факт, очевидный всем гражданам ГДР, — это главная причина, по которой за 10 лет нашу республику покинули около двух миллионов человек» (Цит. по: Kopstein 1996: 44). Хрущева, однако, подобные вопросы не особенно беспокоили: в отличие от жителей Восточной Европы, граждане Советского Союза имели мало шансов сравнивать свой образ жизни с европейским. В начале 1960-х годов власти Восточной Германии предприняли новую инициативу, открыв в больших городах сеть элитарных магазинов Exquisit. В полном соответствии с законами медленно разворачивающегося социалистического метанарратива дорогие высококачественные наряды, продающиеся в Exquisit, были выполнены в традиционной модной эстетике. Однако названия самих магазинов — «Ивонна», «Жаннетт», «Шик», «Мадлен» и «Шарман» — свидетельствовали о тяге их создателей и потребителей к парижской моде.

В 1960 году югославский иллюстрированный еженедельник Globus прекрасно выразил желание социалистических стран одним-единственным рывком достичь современного западного уровня жизни. Речь идет о заголовке статьи, описывающей новый универмаг в центре Загреба: «Прочь все непрактичное и устаревшее! Мода наступает!»[36] Социалистический визуальный нарратив нуждался в подобных универмагах как локусе для новых сюжетов, реальных или вымышленных. Так, в 1968 году создатели югославского фильма «Пустые мечты» (Pusti snovi) не могли найти настоящий магазин для съемок истории, вертевшейся вокруг показа мод; кинематографисты работали в здании Белградского музея современного искусства, построенном в модернистском стиле. Для быстро развивающейся текстильной индустрии и потребительских практик, ориентированных на Запад, требовались подходящие декорации.

В Будапеште современный универмаг Luxus располагался в стратегически удачном месте, на площади Верешмарти. В залитых неоновым светом витринах красовались манекены, одетые в модные пальто, шляпы и туфли на высоких каблуках (ил. 4.5). Современность выставлялась напоказ, чтобы каждый мог вживую лицезреть ее. В 1962 году Hungarian Review опубликовал рассказ о специализированной школе в Будапеште, где обучались будущие оформители витрин. Студентов «отбирали на основе наличия у них таланта, необходимых навыков, воображения и хорошего вкуса. <...> Современные оформительские техники раз и навсегда упразднили метод простого загромождения витрины товарами. <...> Лаконичность предпочитается орнаментальности, и дизайн каждый сезон меняется. Подобная работа требует от исполнителя





Ил. 4.4. Оформление интерьера в бутике Sibylle. Sibylle. 1958, № 5

Ил. 4.5. Только для женщин. Hungarian Review. 1964, № 4



Ил. 4.6. Модель платья, сшитого в салоне Ewa. Polska. Варшава. 1958, № 8

художественных способностей и склонности к творчеству: хороший оформитель должен постоянно изобретать нечто особенное, привлекающее внимание покупателя»[38]. Администрация новых магазинов отказалась от архаичной тяжеловесности сталинской эстетики, сохранявшей актуальность в Советском Союзе и после 1956 года. И вместе с тем, несмотря на притягательный облик фасадов с огромными стеклянными панелями в обрамлении легких металлических планок каркаса, эти универмаги обслуживали все ту же прежнюю идею репрезентативности. В отличие от столь ценимой сталинской культурой роскоши, предназначавшейся для избранных, шикарные вещи, выставленные в хорошо освещенных и тщательно оформленных витринах, были призваны удовлетворить всех желающих. Создатели новых магазинов, на первый взгляд, стремились превратить унылый социалистический городской центр в чудесный потребительский рай. Однако таких универмагов было очень мало, а продающиеся в них товары стоили очень дорого. Иными словами, они выполняли прежде всего репрезентативные функции.

Соревнуясь с Америкой в сфере уровня жизни, Хрущев хорошо сознавал, что отечественная индустрия не способна удовлетворить потребности граждан. В одной из речей, произнесенных в конце 1950-х годов, он заметил, что люди, без сомнения, лучше одеты, чем раньше, но зачастую их наряды выглядят еще очень мрачно. По словам Хрущева, увлекаться перепроизводством разнообразных потребительских товаров было опасно: резкое падение цен могло привести к появлению очередей и развитию черного рынка (Werth 1961: 34). Немецкий автор Хансякоб Штеле писал о потребительских практиках, действовавших в Польше в начале 1960-х годов: «государство регулирует распределение товаров, поддерживая высокие цены на них. <...> Модное платье из эксклюзивного салона Ewa фактически недоступно большинству женщин» (Stehle 1965: 4) (ил. 4.6).

Установление высоких цен на модную продукцию было политическим решением. Эти изделия не входили в число товаров первой необходимости, производство которых целенаправленно субсидировалось. В элитарных магазинах Восточной Германии цены были настолько высоки, что лишь обеспеченные граждане (например, представители лояльной к режиму интеллигенции) могли позволить себе делать там покупки. Сеть Exquisit привлекала потребителей высоким качеством товаров, которые зачастую импортировались с Запада или производились зарубежными предприятиями. Эти магазины приносили государству большой доход, особенно после возведения Берлинской стены в 1961 году, когда богатые жители Восточной Германии были вынуждены тратить сбережения на территории собственной страны. Кроме того, Exquisit выполнял функции роскошного фасада социализма, демонстрируемого наблюдателям по другую сторону стены.

Идеологические функции частных модных салонов

Новая социалистическая индустрия оказалась неспособна наладить массовое производство качественной одежды в силу отсутствия необходимых технологий и недостатка культурного капитала. В то время как государственные предприятия боролись за выживание, частные модные салоны сохраняли довоенные модные традиции и уровень профессионализма, необходимый для производства эксклюзивных товаров для избранной клиентуры. Именно этим институциям мода была обязана как физическим, так и символическим существованием. Подобные салоны продолжали работать во всех странах Восточной Европы, однако формы их деятельности были различны[39].

В Югославии хорватская ассоциация частных портных, основанная в конце 1940-х годов, выступала в качестве организатора ежегодных сентябрьских

модных показов, проходивших с полного одобрения властей в помещении Ремесленного союза в центре Загреба (ил. 4.7). Шоу обычно продолжалось десять дней. Эти показы посещали представители довоенной элиты и нового привилегированного сословия. Мила Миркович, одна их первых профессиональных хорватских манекенщиц, вспоминала: «Сезонные модные показы, организуемые частными салонами, были важным общественным событием на протяжении 1950-х годов. По популярности они соперничали с нашумевшими театральными премьерами, и я помню, что по окончании шоу знаменитая хорватская актриса Бела Крлежа всегда дарила мне цветы»[40].

Мода собирала вместе представителей прежней, утратившей политическое влияние городской элиты и наделенных властью неискушенных нуворишей, еще не забывших о своих крестьянских корнях. На подобных мероприятиях усваивались и оттачивались новые культурные ритуалы и правила поведения, и модное платье в этом процессе играло отнюдь не последнюю роль. Напротив, сезонные показы, организуемые государственными швейными предприятиями, не вызывали у публики особенного энтузиазма. Демонстрируемые там костюмы изготовлялись на фабриках, выставлялись в малопривлекательном павильоне Загребской торговой ярмарки, а кроме того, им недоставало причастности к ушедшей в прошлое модной традиции, связь с которой сохраняли и поддерживали дизайнеры частных салонов. Пресса также уделяла больше внимания частным показам, чем государственным мероприятиям[41]. Зрителям нравились длинные вечерние наряды, бархатные банты на кружеве бальных платьев, романтические свободные блузы и — одновременно — костюмы, подчеркивающие точеную женскую фигуру. Эти наряды напоминали о прекрасных довоенных временах. Разнообразные аксессуары: палантины, шляпы, длинные белые перчатки, туфли на высоких каблуках и ювелирные украшения, — сообщали моделям особую притягательность.

В Чехословакии с конца 1940-х годов социалистическая элита могла лишь тайно наслаждаться модными показами, организуемыми эксклюзивными салонами, такими как Eva и Styl[42]. Однако десятилетие спустя мода вновь получила официальное признание, и презентации стали проводиться публично и рекламироваться прессой. Модная одежда служила теперь символом культурного образа жизни. Реорганизация чешской ассоциации модных домов Módní závody («Модные товары») сделала очевидной их новую репрезентативную функцию. Институты, входившие в Módní závody, были призваны разрабатывать и производить образцы одежды для специальных государственных презентаций, демонстрации на зарубежных торговых ярмарках и других представительских мероприятиях. Благодаря потеплению отношений с Западом довоенные швейные традиции неожиданно приобрели позитивную коннотацию в контексте официального дискурса. Профессионализм мастеров эксклюзивных салонов



Ил. 4.7. Первый послевоенный модный показ, организованный отечественными частными салонами. Naša moda. 1946, № 10

Ил. 4.8. Финал модного показа, организованного салоном Клары Ротшильд в Будапеште. Октябрь 1960





оказался востребован; пресса отзывалась о них с похвалой. Даже слоган Módní závody гордо рекламировал их деятельность: «Наши модели — победители международных модных показов»[43].

В Венгрии Клара Ротшильд проводила модные показы два раза в год в роскошном помещении будапештского ресторана Gundel или в шикарном бальном зале отеля Gellert. Госпожа Арато также дважды в год представляла коллекции нарядов в парижском стиле в здании городского правления Будапешта в присутствии избранной публики. Оба салона до войны были хорошо известны. Ротшильд и Арато сумели сохранить их благодаря деловым связям с новой администрацией[44]. В середине 1950-х годов организуемые ими модные показы посещали представители социалистической элиты, зачастую составлявшие их клиентуру. В начале 1960-х годов венгерская популярная и специализированная пресса уделяла презентациям Клары Ротшильд пристальное внимание, что служило показательным признаком новых политических веяний (ил. 4.8). Ez a divat регулярно печатал репортажи о модных показах, организуемых другими частными салонами. В Венгрии, так же как в Чехословакии и в Югославии, реклама элегантных изделий частных салонов отвечала задачам властей. Отечественная индустрия не могла выпускать подобные модели, так что государство заимствовало их из других имеющихся в его распоряжении источников.

В модной индустрии Восточной Германии 1950-х и 1960-х годов Хайнц Борман занимал то же место, что Ротшильд и Арато в Венгрии. Он открыл собственный швейный салон сразу после войны, однако сумел расширить дело и вывести его на новый технологический уровень лишь после заключения партнерских отношений с государством в 1956 году. Власти, в итоге завладевшие половиной предприятия, нуждались в Бормане не меньше, чем он нуждался в их идеологической и материальной поддержке. Модный дом, носивший имя Бормана, функционировал в городе Магдебург. Здесь создавались наряды в стиле от-кутюр (ил. 4.9). Борман регулярно демонстрировал коллекции эксклюзивной одежды на Торговой ярмарке в Лейпциге и, с одобрения властей, выставлял модели на показах в Стокгольме, Каире и Бейруте. Отечественные и зарубежные журналисты именовали его «социалистическим Диором».

В 1959 году югославский журнал Globus предложил читателям новую еженедельную рубрику «Диоры среди нас», посвященную владельцам и дизайнерам отечественных модных салонов. Одна из них, Тильда Степинска, подчеркивала, что всегда питала творческое пристрастие к изделиям французской высокой моды, однако заимствовала лишь те идеи, которые могли бы органично вписаться в «нашу жизнь»[45]. Подобно Кристиану Диору, одевавшему

На с. слева: Ил. 4.9. Борман Магдебург. Модель платья. Sibylle. 1956, № 2

представителей французского высшего общества и нуворишей, югославские «Диоры» обслуживали социалистическую элиту. Степинска поясняла, что создает свои модели для «женщин, которые занимают высокие государственные посты или представляют страну за рубежом, а потому нуждаются в элегантной и функциональной одежде»[46]. Публикация подобных заявлений в популярной прессе конца 1950-х годов составляла часть новой политической программы, демонстрирующей отношение государства к моде (ил. 4.10).

Несмотря на официальное признание, в юридическом отношении деятельность модных салонов в Югославии была ограничена. Владельцы частных компаний могли нанимать на работу не более пяти человек. Даже самые известные профессионалы, такие как хорватский дизайнер Жужи Елинек (Žuži Jelinek), в этих условиях не могли создавать настоящие модные дома. Елинек хорошо разбиралась в западных модных тенденциях, а ее склонность к стилистическому минимализму соответствовала излюбленному идеологами социализма образу простого скромного костюма, сообщая ему, впрочем, притягательную ауру роскоши[47]. Верность концепту традиционной элегантности, которую Елинек хранила на протяжении 1960-х годов, превратила ее, стараниями прессы, в национальную знаменитость. Ее салон, находившийся в Загребе, пользовался в Югославии широкой известностью. В 1960 году ее первый независимый модный показ в Белграде проходил в зале «Дома профсоюзов», обычно отводившемся для важных государственных мероприятий. Показ посетили две тысячи человек. Globus сообщал, что многие из тех, кто не успел купить билет, отдавали за него в пять раз больше на черном рынке (ил. 4.11)[48].

В 1959 году Елинек попыталась основать собственный модный дом в Нью-Йорке — шаг, за которым пристально следила югославская пресса[49]. В Америке ее встретили с энтузиазмом и предоставили профессиональную поддержку. Тем не менее проект провалился. Елинек не сумела наладить производство одежды в тех количествах, которые требовались для успешного функционирования предприятия на американском рынке[50]. Власти Югославии рассматривали проект Елинек как пропагандистскую миссию: у американцев должно было сложиться представление, что родина дизайнера — свободная и цивилизованная страна. Внимание, которое уделяли работе модельера западные и отечественные журналисты, идеально отвечало этой задаче (ил. 4.12). Однако югославскую прессу мало занимали проблемы производства и доставки товаров, которые и явились причиной неудачи Елинек в Америке. Вместо этого они описывали ее взаимодействие с Западом как огромное достижение. Елинек проявила необходимую ловкость в общении с зарубежными журналистами, сумев создать позитивный образ социалистического дизайнера. Во время пребывания в Америке в 1959 году она давала интервью корреспонденту New York Times. Когда модельера спросили, что роднит ее с американскими коллегами,



Ил. 4.10. Повседневные костюмы работы хорватского дизайнера и хозяйки частного модного салона Тильды Степински. Globus. 1959, № 15

она ответила: «Конечно, Париж. То, что из сезона в сезон происходит в мире моды, непосредственно определяется деятельностью французских кутюрье. И конечно, я их копирую»[51].

Именно это и требовалось от дизайнеров социалистических салонов к концу 1950-х годов. В то время Клара Ротшильд регулярно ездила в Париж, чтобы познакомиться с последними модными тенденциями и приобрести высококачественные материалы для изготовления своих нарядов. Ее роскошные коллекции в западном стиле были непосредственными копиями работ Живанши и Шанель, которым, по ее словам, отдавали предпочтение клиенты[52]. Эти поездки осуществлялись благодаря деловым связям Ротшильд с западными коллегами и с представителями венгерской правящей партии, чьи идеологические ожидания она оправдывала. Между тем Елинек в итоге поплатилась за свою предприимчивость[53]. По мнению властей, владельцам частных модных салонов не следовало стремиться стать серьезными бизнесменами. Они были нужны,



Ил. 4.11. Жужи Елинек и манекенщицы, демонстрирующие ее модели.
Посланница моды. Globus. Июнь 1960

чтобы придавать глянец и изысканность образу социалистической моды. Даже в условиях возобновления контактов с Западом «социалистическим Диорам» не позволялось непосредственно подражать знаменитым французским коллегам. Упоминание о Диоре в прессе служило лишь знаком изменения политики государства в отношении моды.

Описываемый процесс привел к возрождению ранее отвергнутых буржуазных модных практик. Последние, впрочем, были не просто реконструированы, но также переосмыслены и вписаны в социалистический образ жизни. Частные модные салоны выполняли функцию своеобразного медиатора, посредника между властью и модой. Стиль нарядов, создаваемых отечественными дизайнерами, соответствовал медленному движению социалистического времени: классический, элегантный, неподвластный изменениям, он обнаруживал тесную связь с традицией, которую социализм вновь жаждал обрести. Именно поэтому власти столь лояльно относились к модным показам, орга-



Ил. 4.12. Американская модель Сюзи Паркер в одежде хорватского дизайнера Жужи Елинек. Globus. 1959, № 2

низуемым частными салонами, нейтральными в политическом отношении и безопасными для государства — в экономическом. Вскоре, однако, главная роль в деле утверждения и рекламирования новых социалистических модных трендов была передоверена официальным ежегодным модным конгрессам.

Под неусыпным оком бюрократии: социалистические конгрессы моды

С середины 1950-х годов централизованные модные институты демонстрировали свою одежду на ежегодных конкурсах моды. Наряды, появлявшиеся на подиумах, имели мало общего с реальной жизнью или с последними западными тенденциями. Отвергнув моду как живой феномен, социализм сделал ставку на создание собственного вечного стиля. На седьмом конкурсе культуры одежды, проходившем в Варшаве в 1956 году, жюри разделилось на два лагеря, споря



Ил. 4.13. Т. Кузнецова (Общесоюзный Дом моделей, Москва). Модель платья. Журнал мод. 1958, № 2

На с. справа: Ил. 4.14. Модель костюма из чехословацкой коллекции на девятом Международном конгрессе моды в Будапеште. Sibylle. 1958, № 3

об адекватном образе классического костюма. Одни высказывались в пользу традиционной модели (пиджак в сочетании с блузой), тогда как другим импонировал жакет с высокой застежкой в стиле garçonne, надевавшийся без блузы[54]. Желание найти единственный «правильный» образ обнаруживало связь советской моды с принципами социалистического реализма и ее зависимость от классической эстетики. Как замечает Леонид Геллер, «сама идея классики подразумевает классификацию, категоризацию, выработку представлений о нормативности — именно так, в спорах о нормах и категориях, формировалась доктрина социалистического реализма» (Heller 1997: 55).

Состоявшееся в Варшаве мероприятие еще именовалось «конкурсом», напоминая о первоначальной цели съездов, проводившихся для популяризации «культуры одежды». Между тем в 1957 году, с легкой руки Москвы, они получили более внушительное название «конгрессов». По сообщению журнала «Работ-



ница», в восьмом модном конгрессе, состоявшемся в июле 1957 года, приняли участие шесть социалистических стран. Каждая из них представила коллекцию из 53 моделей одежды на разные случаи жизни. Хотя в женских изданиях были опубликованы лишь изображения вечерних платьев и роскошных ансамблей, в ходе показа демонстрировались также образцы рабочей и спортивной одежды, изделия мужского и детского гардероба. На московский конгресс моды съехались для обмена опытом дизайнеры из Польши, Венгрии, Румынии, Восточной Германии, Болгарии и Советского Союза. Интернациональное жюри отметило наиболее удачные работы[56]. В посвященных конгрессу журнальных статьях, появлявшихся в конце 1950-х и на протяжении 1960-х годов, постоянно подчеркивалось единодушие социалистических стран-участниц при выборе доминирующего модного тренда. Им стала «ясно выраженная модная линия, без подражания Западу, элегантная и современная»[56].

В отличие от проводившихся ранее специализированных и профессионально ориентированных конкурсов, социалистические конгрессы моды превратились в оргию роскошных тканей и экстравагантных силуэтов. Манекенщицы шествовали по подиуму в туфлях на высоких каблуках, бальных платьях с оборками, широких юбках, вечерних пальто из тафты с огромными воротниками и в декольтированных платьях для коктейлей. Наряды были щедро декорированы дизайнерской бижутерией. Якобы повседневные модели, демонстрировавшиеся на конгрессе, также смотрелись очень торжественно. Это были строгие ансамбли, состоящие из платья и пальто в комплекте со шляпой и перчатками, подобранными в тон обуви и сумочкам (ил. 4.13, 4.14).

Модели, представленные на конгрессе, свидетельствовали о характере отношений социалистических стран с Западом. В результате этого мероприятия европейская мода становилась частью социалистического нарратива и переосмысливалась в его контексте. В книге «Мифологии» Ролан Барт утверждал, что «в идеологии все небуржуазные группы вынуждены *заимствовать* у буржуазии» (Барт 1996: 266). Буржуазный костюм действительно являлся основой социалистической моды. Он постоянно присутствовал в ее пространстве как незримый негативный образ. В конце 1940-х и в первой половине 1950-х годов на Западе были популярны традиционные женственные наряды. К концу 1950-х социалистические страны превзошли конкурентов в этом отношении. Модели социалистических дизайнеров стали еще роскошнее, женственнее и теснее связаны с традицией (ил. 4.15). Подобные эксцессы только подтверждали, что, будучи отвергнута, западная мода продолжала присутствовать в социалистическом пространстве как постоянно угрожающий ему Другой. Гипертрофированный стиль нарядов, представляемых на ежегодных конгрессах моды, ясно свидетельствовал об изоляционизме социалистических государств и их конкуренции с Западом[57]. Стремясь превзойти соперников, власти в действительности не были заинтересованы в соответствии отечественной моды последним европейским тенденциям.

По мере актуализации репрезентативных функций социалистической моды центральные модные институты сменили направление деятельности и, соответственно, названия. В 1956 году восточногерманский Институт культуры одежды начал выпускать официальный сезонный модный прогноз Modelinie, подчеркнув, что издание будет ориентироваться на международные модные тенденции[58]. Год спустя Институт, стремясь поддержать свой новый имидж, поменял вывеску: теперь он именовался «Германским институтом моды» (Deutsches Modeinstitut). В 1958 году польское Бюро презентации модной одежды на торговой ярмарке в Лейпциге превратилось в центральный институт «Польская мода» (Moda Polska). Его художественным руководителем стала Ядвига Грабовская, главной задачей которой было придавать изыскан-



Ил. 4.15. Модели костюмов Германского института моды. Sibylle. 1958, № 3

ность и шик одежде, созданной в стиле социалистической моды. Власти рассчитывали на безупречное знание Грабовской модных практик и ритуалов, усвоенных благодаря буржуазному воспитанию: ее родители-архитекторы были весьма обеспеченными людьми[59]. Грабовская выполняла в «Польской моде» те же функции, что Надор и Шмидт в центральных модных институтах Венгрии и Восточной Германии соответственно. Ее эстетика, сформировавшаяся под влиянием тенденций парижской высокой моды, идеально отвечала



Ил. 4.16. «Польский Диор» Ядвига Грабовская с моделью.
Polska. 1959, № 4

поставленным властями представительским задачам. На фотографии, изображающей один из эпизодов подготовки Польши к участию в Лейпцигской ярмарке в 1959 году, Грабовская предстает своеобразным диктатором мира моды: критически обозревая надетый манекенщицей наряд, она проверяет длину юбки (ил. 4.16).

Длина и стиль платья больше не подчинялись идеологизированному канону скромности и сдержанности[60]. В 1958 году чехословацкий институт «Текстильное производство» (Tekstilní Tvorba) превратился в Институт культуры быта и одежды (Ústav bytové a oděvni kultury). Смена названия свидетельствовала о гораздо более серьезных преобразованиях, предполагающих, что сферой его компетенции является все пространство повседневной жизни. Впоследствии специалисты института отвечали за подготовку коллекций одежды для международных модных показов. В Венгрии Центральный модный институт швейной промышленности (Ruhaipari Tervező Vállalat) приобрел новый репрезентативный статус после 1956 года, когда здесь начали работать молодые дизайнеры — первый выпуск студентов Веры Надор, закончивших Академию





Ил. 4.17. Вера Надор (Центральный модный институт швейной промышленности). Модель костюма. 1961
Ил. 4.18. Жужа Экрёш (Центральный модный институт швейной промышленности). Модель платья. 1961

прикладных искусств. Сама Надор присоединилась к институту в 1957 году. Вместе со своими учениками она создавала коллекции моделей в духе традиционной эстетики, готовя их к показу на социалистических конгрессах моды (ил. 4.17, 4.18)[61].

Доминирующую роль на этих съездах играл Советский Союз, поэтому у дизайнеров не оставалось официального пространства, в рамках которого можно было бы непосредственно взаимодействовать, конкурировать или сотрудничать с современными западными дизайнерами. Хотя описываемые мероприятия формально именовались международными конгрессами, в них участвовали только представители стран социалистического лагеря, находившихся в культурной изоляции. Повествуя в журнале Sibylle о ходе одиннадцатого Международного конгресса моды в Будапеште, Маргот Пфанштиль отмечала, что мир западной моды поражен вирусом промышленного шпионажа.



Ил. 4.19. Жюри за работой. Будапештский Конгресс моды. Sibylle. 1958, № 4

В отличие от этого, дизайнеры, съехавшиеся в Будапешт, открыты для товарищеского сотрудничества. Наблюдая за тем, как советские, чехословацкие, венгерские, румынские, болгарские и восточногерманские делегации изучают выставочные модели, «зачастую можно услышать: "Нам нравится ваш костюм. Мы включим его в нашу коллекцию"» (ил. 4.19)[62].

Ведущий дизайнер венгерского централизованного модного института Эва Месарош подтверждала: «Задачей конгрессов моды были продвижение и реклама новых социалистических трендов — так же как коллекции, появлявшиеся на парижских показах, задавали тон западной моде. Должна заметить, что Советский Союз, как правило, побеждал, а Венгрия и Чехословакия соперничали за вторую награду. Однако я вовсе не хочу сказать, что триумф Советского Союза имел политическую подоплеку. Русские модельеры обычно представляли замечательные работы»[63]. Магазины в Советском Союзе снабжались одеждой хуже, чем в Чехословакии, Венгрии, Польше и Восточной Германии, однако Советы вкладывали средства и энергию в представительские показы, отлично сознавая их идеологическое значение. Конгрессы служили

инструментом насаждения монументальной эстетики и подтверждения культурной изоляции стран социалистического лагеря. При Хрущеве сталинский помпезный стиль перестал официально рекламироваться прессой, однако власти по-прежнему использовали его как эффективное оружие в модных битвах с Западом.

Иди и смотри: торговые ярмарки и модные показы

Разумеется, социалистический мир не был похож на герметически запечатанный сосуд. Его товары демонстрировались и на Западе. Кроме конгрессов моды, существовали регулярно проводившиеся международные торговые ярмарки и организуемые время от времени представительские показы. В конце 1950-х годов дизайнеры стран соцблока принимали участие в подобных мероприятиях — как отечественных, так и зарубежных. Презентации социалистической моды соотносились с программой пятилетнего плана, представлявшего собой один из самых значимых продуктов идеологически конструируемой реальности[64]. Гигантские залы международных торговых ярмарок, проводившихся в странах социалистического лагеря, были заполнены красивой одеждой и прочими потребительскими товарами, не доходившими до прилавков магазинов. Декорацией им служило сюрреалистическое пространство никогда не существовавшего мира. К тому же ряду явлений относились и амбициозные показы, проводившиеся социалистическими странами на Западе. Отечественные магазины пустовали или снабжались из рук вон плохо, поэтому роскошь экстравагантных платьев, появлявшихся на подиумах, служила единственным возможным ответом властей на вызов западного мира в предпринятой ими битве жизненных стратегий — ответом, который система могла дать, не рискуя при этом собственной политической или экономической безопасностью.

Социалистические страны серьезно подготовились к Всемирной выставке в Брюсселе в 1958 году[65]. Чехословакия выиграла первый приз за коллекцию изделий из стекла и керамики, ювелирных украшений, текстиля и одежды. Показы были тщательно организованы и напоминали театральные постановки[66]. Граждане Чехословакии страдали от дефицита и низкого качества потребительских товаров, однако презентация страны на торговой ярмарке явилась своего рода экстравагантной формой искусства. После триумфа Чехословакии в Брюсселе журнал Tvar, специализировавшийся на прикладных искусствах, посвятил ярмарочным показам отдельный выпуск[67]. Описывая их как необходимый и важный шаг на пути прогресса, журнал заявлял о необходимости создания специальной школы, где молодые художники могли бы учиться ис-



кусству выставочной презентации. Гран-при в Брюсселе выиграла венгерская коллекция из 120 костюмов, разработанных RTV, в основном состоящая из элегантных платьев для коктейлей и вечерних нарядов (ил. 4.20)[68].

Журнал Time сообщал: «В отличие от монументальной советской коллекции, чешские, венгерские и югославские показы производили ошеломляющее впечатление. Уровень их технологии и дизайна был действительно высок. Казалось, перед нами явился призрак эстетически свободного мира, к которому эти страны когда-то принадлежали»[69]. Ведущий модельер RTV Вера Надор оценила успех Венгрии на мировой арене в статье, опубликованной в журнале Ez a divat[70]. Hungarian Review отмечал, что, присудив венгерской коллекции Гран-при, жюри «отдало должное умению и таланту венгерских дизайнеров и уровню развития венгерской модной индустрии»[71].

На протяжении 1960-х годов Венгрия активно участвовала в презентациях на Западе, рекламируя изделия социалистической моды. Венгерская государственная компания Hungarotex устраивала модные показы в Копенгагене, Осло, Бергене, Западном Берлине, Риме, Милане, Нью-Йорке и Торонто. Одежду, которая здесь демонстрировалась, невозможно было приобрести в отечественных магазинах[72]. Подготовкой коллекций для показов занимались Вера Надор и ее команда[73]. Точно так же путешествовали по миру эксклюзивные экспортные коллекции, созданные дизайнерами Восточногерманского института моды и небольшими студиями, например VEB Elegant, которые рекламировали «берлинский шик» в Дюссельдорфе, Каире и Хельсинки[74]. В GDR Review сообщалось, что специалисты DMI уделяли особое внимание созданию дизайнерской коллекции текстильных, швейных и меховых изделий, предназначенной для Текстильной торговой ярмарки в Финляндии. «Их усилия были вознаграждены: такие модели, как "Северные огни", "Полярник", "Фьорд", а также образцы прекрасных головных уборов были с энтузиазмом восприняты финскими дамами»[75].

Характер бытования феномена социалистической моды в Чехословакии в 1960-е годы еще раз продемонстрировал его соответствие официальному идеологическому дискурсу. В течение краткого периода политической и культурной оттепели, приведшей к весенним событиям 1968 года, чехи предпринимали серьезные попытки восстановить связи с западной модой. Осенью 1965 года и весной 1966 года Чехословакия приняла участие в парижской демонстрации прет-а-порте, оказавшись «первой социалистической страной, представившей здесь модели готовой одежды вместе с тремя сотнями других западных компаний»[76]. После долгого периода изоляции, во время которого

На с. слева: Ил. 4.20. Венгерский Центральный модный институт швейной промышленности (RTV). Модель платья, представленная на Брюссельской Всемирной выставке. Ez a divat. 1958, № 10

страна страдала от бедности, а связи с традицией были утрачены, чехословацкая выставка поражала своим размахом. В качестве организатора выступала государственная текстильная компания Centrotex, поставлявшая товары на экспорт. Модели одежды были разработаны и изготовлены в специализированных ателье швейной фабрики Prostějov, института UBOK и пражского филиала Oděvni služba («Швейные услуги»), где работали самые искусные портные. Несмотря на четкость силуэта, изящество и функциональность, костюмы являлись не изделиями промышленного производства, а результатом высококвалифицированного ручного труда. Журнал Žena a móda уделил особое внимание вошедшим в коллекцию кружевным вечерним платьям, украшенным граненым бисером[77]. Стремясь вновь приобрести и поддержать хорошую репутацию в мире моды после долгих лет политической изоляции, Чехословакия все же так и не смогла расстаться с концепцией репрезентативной модели[78].

Эксклюзивные коллекции, разработанные централизованными модными институтами, кочевали с одной выставки на другую, путешествуя по социалистическим конгрессам моды, международным торговым ярмаркам в Лейпциге и шикарным западным показам. Реальность, за которую они представительствовали, не имела ничего общего с повседневностью. Наделенная властью, эта реальность соответствовала идее Мишеля Фуко о производящей власти: «Надо раз и навсегда перестать описывать проявления власти в отрицательных терминах: она, мол, "исключает", "подавляет", "цензурирует", "извлекает", "маскирует", "скрывает". На самом деле, власть производит. Она производит реальность; она производит области объектов и ритуалы истины» (Фуко 1999: 284). Наиболее органичную для социалистической моды среду обитания составляли отечественные ярмарки, где товары выставлялись на всеобщее обозрение. Здесь власти вели войну с Западом на родной территории, получая, таким образом, возможность самим диктовать правила игры. Тщательно организованные показы изысканной одежды, недоступной обывателям, идеально соответствовали ее природе. Лейпцигское отделение восточногерманского рекламного агентства DEWAG наняло на работу тысячу специалистов, чтобы готовить коллекции к демонстрации на торговых ярмарках в Лейпциге[79]. Эти мероприятия имели исключительную представительскую значимость. С середины 1950-х годов подиум международной лейпцигской ярмарки был местом встречи социалистической и западной моды[80]. Как лирически выразилась газета Berliner Zeitung, ярмарка всегда была удобным местом для «недолгого рандеву с госпожой Модой»[81]. Состязание с Западом становилось все ожесточеннее, и социалистические страны год за годом выставляли на подиуме в Лейпциге все более экстравагантные модели платьев, украшенных дизайнерской бижутерией, большие шляпы, туфли на высоких каблуках. Представители французских, датских, бельгийских и шведских текстильных и швейных компаний приезжали на

ярмарку для заключения торговых сделок, но их взорам представали изделия, абсолютно не учитывавшие потребности рынка. С европейской стороны в выставках участвовали специализированные профильные предприятия. Социалистическую моду представляло государство. Изредка сталкиваясь с западными модельерами на презентациях, социалистические дизайнеры прикладывали все усилия, чтобы превзойти и затмить конкурентов. Так, в международном модном показе в Лейпциге в 1961 году принимали участие Советский Союз, Восточная Германия, Польша, Венгрия, Голландия, Швеция и Франция. Финальное шоу показало, насколько серьезны представительские амбиции стран социалистического лагеря[82]. Повествуя об этом показе, советский «Журнал мод» ссылался на похвалы восточногерманской газеты National Zeitung в адрес советской коллекции. Утверждалось, что ОДМО продемонстрировал множество прекрасных моделей пальто и костюмов сдержанных цветов (в основном бежевого), а также шерстяных платьев с красивым рисунком из роз. Зрителей особенно очаровало платье «Русская песня» (ярко-красные розы на темно-синем фоне), вдохновленное мотивами русского народного орнамента, в комплекте с шалью, отделанной бахромой. Другое платье (золотисто-желтые розы на зеленом фоне) выставлялось в комплекте с зеленым пальто. Черное каракулевое пальто с воротником из серой норки, каракулевый жакет с манжетами из белой норки и белая дубленка спортивного стиля демонстрировали достижения советской меховой промышленности[83]. Таким образом, благодаря отечественным торговым ярмаркам, социалистическая мода непосредственно взаимодействовала с актуальными западными тенденциями, ничем не рискуя в замкнутом, полностью контролируемом пространстве этой искусственной реальности (ил. 4.21).

Международные ярмарки в социалистических странах проводились на высоком технологическом уровне, а европейские потребительские товары и предназначенные на экспорт изделия отечественного производства действительно выглядели очень привлекательно. Это вызывало у публики понятное удивление: «Почему мы не видим эту прекрасную одежду в наших магазинах? Можно лишь надеяться на то, что в один прекрасный день наши компании сумеют наладить экспортные поставки товаров в собственную страну»[84]. В относительно либеральном югославском обществе подобные вопросы затрагивались часто. Загребская газета Narodni list («Народная газета») недоумевала по поводу модного показа, организованного текстильной компанией Nada Dimić на международной выставке в Загребе в 1957 году[85]. Какой смысл представлять домашние платья, утренние пеньюары и купальные костюмы модных расцветок и рисунков, если они отсутствуют в магазинах, — спрашивал корреспондент, а затем продолжал: «На самом деле Nada Dimić не производит эти товары, а из года в год ограничивается созданием пары-тройки моделей специально для модных



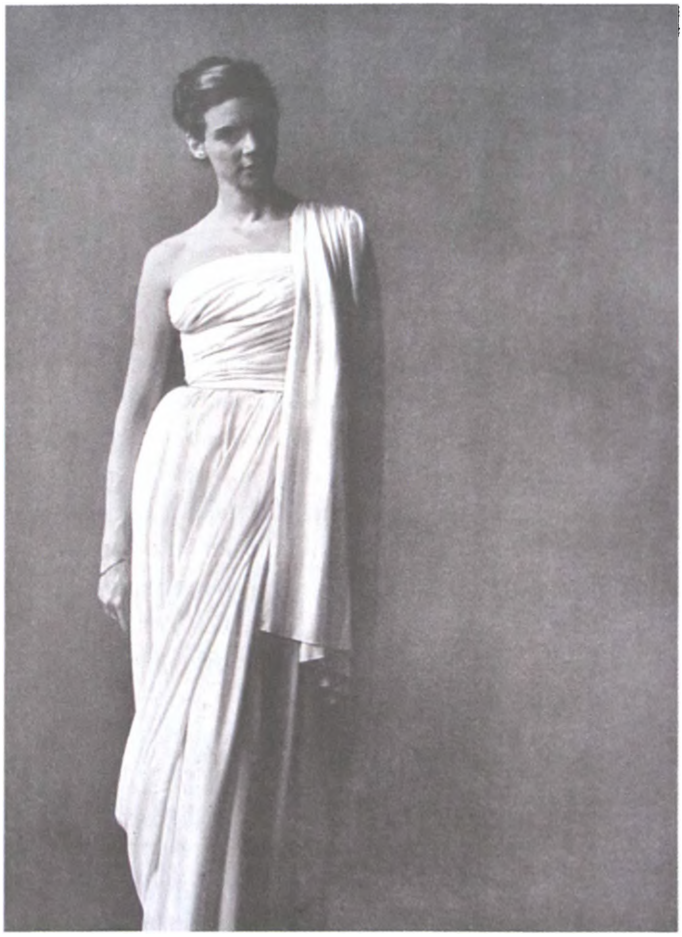
Ил. 4.21. Модный Вавилон в Белграде. Итальянские (вверху), хорватские (внизу) модели, на Всемирной ярмарке моды. Globus. 1960, № 69

показов»[86]. По сообщению журналистов, даже поставщики текстиля работали с чудовищным опозданием, и ткани, представленные на выставке, достигали прилавков магазинов лишь к концу сезона[87].

В Венгрии восторги прессы по поводу успеха экспортных товаров отечественного производства и восхищенные описания представленных на показах красивых вещей также все чаще вызывали неудобные вопросы. В Nők lapja

цитировались слова посетительницы международной ярмарки в Будапеште в 1968 году: «Мы очень надеемся, что эти товары все-таки появятся на прилавках и нам не придется сбивать ноги, бегая по магазинам, чтобы их достать»[88]. Власти слишком хорошо сознавали, что не могут обеспечить обычных женщин роскошными нарядами. Весь этот шик, элегантность и красота были необходимы лишь для борьбы с Западом. Даже в конце 1960-х годов изделия социалистической моды рассматривались как произведение искусства, а не как коммерческий продукт, не как вещь, которую на самом деле можно надеть. Будапештское издание Fair Chronicle утверждало: «Кажется, что взору посетителей предстают залы и сады всемирно известных музеев или дворцов эпохи Ренессанса. Зайдя в павильон, мы замечаем фасад Лувра. Напротив него манекены, с помощью которых демонстрируются изделия текстильной промышленности. По звуку гонга два манекена поднимаются и на платформе появляются дизайнер и манекенщица. Модельер, импровизируя, прямо на глазах у публики наряжает модель, набрасывая на нее полотнища ткани. Закончив работу, он делает шаг к микрофону и объявляет производителя и торговую марку изделий, которые он использовал. Затем снова громко звучит гонг, выключается свет и на экране демонстрируется красочный фильм, посвященный моде. <...> Имеются и подлинные новации. Манекены стоят на дисках диаметром 2,5 метра. В цветах рядом с ними скрыты контрольные панели, с помощью которых посетители могут регулировать движение манекенов. При нажатии на соответствующую кнопку они дважды оборачиваются вокруг своей оси, демонстрируя надетые на них костюмы. На подсвеченной табличке можно прочесть название компании-производителя. В том месте, где в прошлом году проводился модный показ, работают четыре лифта-подъемника, в каждом из них находится по манекену. Подъемники перемещают их между двумя этажами»[89]. Без сомнения, все эти экстравагантные приспособления должны были отвлекать внимание потребителей от реальных проблем в сфере потребления. Как отмечал Nők lapja, люди с энтузиазмом приветствовали модные показы, но в то же время не забывали интересоваться, когда эти прекрасные наряды появятся в магазинах. В ответ они слышали: «Скоро»[90]. На своей собственной ярмарке 1968 года, которая привлекла в Будапешт 1400 участников из 36 стран, венгры смогли выставить лишь представительские модели одежды.

В 1958 году Восточная Германия начала проводить Берлинскую неделю моды (Berliner Modewoche). Первое подобное событие состоялось в берлинском Дворце спорта. Его посетили 20 тысяч человек. Мероприятие включало в себя масштабную выставку костюмов в современном стиле, в том числе платья силуэтов «трапеция» и «мешок». Кроме того, были организованы подиумные показы и многочисленные встречи зрителей со специалистами в области моды. Кульминацией стал грандиозный Бал моды. Публика не только имела



возможность пообщаться с дизайнерами из DMI и представителями швейной индустрии, но также понаблюдать за процессом создания платья, от эскиза до конечного продукта. Эти модели, однако, были лишь прототипами, никогда не поступавшими в массовое производство[91]. Берлинская неделя моды широко освещалась прессой. Первоначально мероприятие задумывали проводить два раза в год, однако в 1962 году, спустя всего несколько сезонов, проект завершил свое существование: слишком велик был контраст между выставочной и повседневной реальностью[92]. Между тем подобные показы, так же как доступ к западным модным журналам и эпизодические визиты ведущих западных дизайнеров в столицы социалистических стран, подогревали интерес публики к моде. После того как Диор представил свою последнюю коллекцию в Праге в 1966 году, чехословацкий популярный модный журнал Vlasta писал, что дизайнер сумел создать все, что необходимо современной женщине, — от одежды до духов, косметики и модных аксессуаров[93].



На с. слева: Ил. 4.22. Модель платья. Пражская Академия прикладных искусств. Tvar. 1957, № 5

Ил. 4.23. Роман Чеслевич. Плакат для польского центрального института моды. Moda Polska. 1959

Наиболее значимая официальная, тщательно подготовленная встреча западной и социалистической моды состоялась на Международном фестивале моды в Москве в 1967 году. Фестиваль был уникальным событием. Он должен был показать, что в сфере моды социализм сравнялся с Западом. На фестиваль приехали представители парижских модных домов Chanel и Christian Dior с последними коллекциями. Это свидетельствовало о том, что Москва признала право моды на изменение и позволяет новым трендам появиться на советских подиумах. Организованный Общесоюзным домом моделей, московский фестиваль стал площадкой для демонстрации и западных, и восточноевропейских коллекций: социалистическая мода набралась смелости и вступила в непосредственное состязание с конкурентами — по меньшей мере в рамках фестиваля. Советский «Журнал мод» объявлял: «24 страны рассказали нам о своей сегодняшней жизни языком одежды и моды. Мы побывали на улицах Парижа и Рима, Токио и Нью-Йорка, Стокгольма и Осло, Праги и Варшавы, Берлина и Бухареста, Мадрида и Лондона. И не только на улицах, но и в домах, за городом, на праздничных вечерах»[94]. Впрочем, в мире социализма по-прежнему действовал принцип централизованного управления модными тенденциями. Чтобы унифицировать и привести в соответствие свои коллекции для московского Международного фестиваля моды, представители стран социалистического лагеря встретились заранее на конгрессе моды в болгарском городе Варна.

«Журнал мод» так комментировал эту ситуацию: «Страны СЭВа выступили с очень цельными коллекциями, отражающими направление моды на 1968 год. ГДР, Румыния, Венгрия, Польша, СССР, Чехословакия представили коллекции, в основе которых лежали принципы, принятые на последнем заседании в Варне»[95].

Хотя социалистическая мода и усваивала западные тенденции, она стремилась разработать собственный стиль, соответствующий канонам классической гармонии (ил. 4.22). Тем самым она надеялась избежать постоянных изменений, которым был подвержен декадентский буржуазный мир, и приобрести статус вневременно́го феномена, подобного классическому искусству. Плакат, созданный в 1959 году польским художником-графиком Романом Чеслевичем для центрального института моды Moda Polska, идеально передавал образ вечной красоты, которую советские дизайнеры пытались воплотить в своих работах. Хотя Чеслевич использовал актуальную технику фотомонтажа, соответствующую намерению администрации института идти в ногу с прогрессом, героиня плаката — египетская царица Нефертити — прочно связывала польскую социалистическую моду с вечностью, источником классических ценностей. Эту связь социализм сохранял и в 1960-е годы, когда западная мода уже отказалась от торжественной роскоши в пользу более свободного молодежного стиля (ил. 4.23).

Социалистическая мода: пленница времени

Социалистическая мода существовала в особом временном континууме, отличающемся от обычного, свойственного моде времени, подразумевающего регулярные сезонные изменения — зачастую радикальные. В статье, опубликованной в Neues Deutschland, лидер ГДР Вальтер Ульбрихт признал, что социализм никогда не мог угнаться за западной модой. Он заметил, что отечественные производители начали рекламировать остроносые туфли через год после того, как те вошли в моду в Италии. На Западе к тому моменту уже носили широкие ботинки. Гневное заявление Ульбрихта: «Мы просто не можем мириться с отставанием»[96], — обнаруживало главную проблему социалистической моды. Ее централизованное пространство представляло собой не просто уникальный экономический феномен. На обитателей этого мира само время действовало иначе, чем на создателей и потребителей моды на Западе. Социалистическая мода была заложницей времени. Коллекции одежды, ежегодно производившиеся социалистическими модными институтами, конденсировали в себе временной поток, преобразуя его в вечно повторяющийся цикл. О подобном

явлении упоминал Жан Бодрийяр, описывая суть коллекционирования: «Вероятно, в этом и заключается главная функция коллекции — переключить реальное время в план некой систематики. <...> Она попросту отменяет время. Или, вернее, систематизируя время в форме фиксированных, допускающих возвратное движение элементов, коллекция являет собой вечное возобновление одного и того же управляемого цикла» (Бодрийяр 1995: 81). Медлительный, тотально контролируемый социалистический мир не мог смириться с капризами моды, поскольку не справлялся с прерывистостью времени на системном уровне. Тяга к стабильности вела к постоянному воспроизведению одних и тех же традиционных моделей одежды.

Информируя читательниц о колебаниях западных модных трендов, социалистические женские журналы обычно впадали в нервный тон, выдававший свойственную системе подспудную боязнь перемен: «Мода еще никогда не была так капризна, как на протяжении последних сезонов. Несколько модных трендов появились и исчезли за короткое время, однако одобрение женщин заслужили лишь простые элегантные модели. Некоторые из них встречаются в предыдущих коллекциях. Так или иначе, последняя новинка, платье-"мешок", вряд ли завоюет много поклонниц, хотя модельеры и уверяют, что женщины никогда еще не выглядели так элегантно, как в этом мешке»[97]. Этот негативный отклик был опубликован в хорватской газете Večernji vjesnik («Вечерний вестник»). Журнал Svijet повел себя аккуратнее, объявив, что в силу своей «практичности» платье-«мешок», возможно, будет востребовано. Примечательно, однако, что статья, содержавшая этот осторожный прогноз, носила символичное название: «Мода и правда меняется, но без внезапных скачков» (ил. 4.24)[98]. Страх перед прерывистостью времени ощущался в отношениях, связывавших социалистическую систему и с будущими, и с ушедшими в прошлое модными трендами. Мода социализма стремилась отгородиться от истории, угрожавшей стабильности ее идеологической и организационной структуры, созданной в результате национализации ранее существовавших модных институтов и тотального контроля за деятельностью текстильного и швейного производства.

Западной моде подобное противоречие между структурой и историей было неведомо. Европейская пресса конца 1950-х годов тоже нападала на платье-«мешок». Однако критики при этом ясно сознавали, что проблематичную модель создали те же дизайнеры, которые разрабатывали и будут разрабатывать коллекции прошлого и следующего сезонов. Говоря о французской высокой моде, Пьер Бурдье замечал, что сфера модного производства обладает собственной структурой, которая является продуктом собственной прошедшей истории и истоком истории будущей (Bourdieu 1993: 136). Социалистическая концепция времени, напротив, пыталась разорвать связь и с ранее существовавшей структурой, и с историей моды как таковой. В «Римском письме

modelirna VREČA











о моде» корреспондент венгерского журнала Nők lapja, комментируя пристрастие дизайнеров к черному кружеву, писал, что «модельеры воссоздают силуэты, которые, возможно, были актуальны в свое время, хотя и не слишком удобны. Но сегодня они выглядят анахронизмом. <...> Модели, демонстрируемые в известных салонах, не подходят для трудящейся женщины. <...> Мы надеемся, что эта вычурная и жеманная мода не продлится долго»[99]. В статье, посвященной модному показу, организованному журналом Svijet совместно с Жужи Елинек, объявлялось, что дизайнерам, разрабатывавшим модели следующего сезона, удалось избежать серьезных нововведений: «Поскольку мода этой весны и лета пестрит новациями, мы разумно подошли к созданию нашей коллекции. Нам удалось достичь компромисса между прошлогодними и нынешними тенденциями. Все модели приспособлены для условий повседневной жизни, и если представители индустрии готовой одежды согласятся работать с ними, мы заранее можем сказать, что наши женщины будут одеты красиво и со вкусом»[100].

Быстрые и неконтролируемые перемены в мире моды вызывали отторжение прежде всего в тех государствах, где отсутствовал свободный рынок, а управление производством было централизовано. Например, статья «Путешествие в моду» в журнале «Работница» начиналась заявлением о том, что мода зародилась в Москве, в Общесоюзном доме моделей, а каноны, регулирующие длину юбок и форму каблуков-стилетов, были разработаны в районе Кузнецкого моста[101]. Впрочем, художественный руководитель ОДМО Л.Ф. Турчановская отрицала, что ее институт навязывает моде направление изменений и диктует какие бы то ни было правила. По ее словам, мода всегда была легкомысленна и деспотична, однако коллекция нового сезона 1966 года будет создаваться в соответствии с принципом разумной свободы. Турчановская пропагандировала образ простого, практичного, удобного, претендующего на универсальность платья[102]. В статье, посвященной десятой годовщине DMI, художественный руководитель института Катя Зельбманн также критиковала страсть модельеров к нарочитым эффектам и вымученной оригинальности и выступала в пользу «гармоничного костюма — классического по силуэту, практичного, современного и красивого»[103].

После возобновления отношений с Западом сезонные колебания стали одной из самых чувствительных и острых тем для авторов журнальных статей и книг, посвященных идеологически выдержанному объяснению феномена моды. В 1962 году Ольга Русанова в книге «Раздумья о красоте и вкусе» риторически вопрошала: «Зачем тогда мода? Нужна ли она?» Хотя ответ был положительным, осторожность все же побеждала: Русанова настаивала на том, что

На с. слева: Ил. 4.24. Модный мешок. Svijet. 1958, № 9

задачей советских модельеров является внушение массам правильного представления о красоте и вкусе. Вооруженные необходимыми знаниями, граждане научатся твердо говорить «нет» «последнему крику моды», который доносится с Запада. Страшась неконтролируемых изменений, Русанова посвятила «крику моды» целый раздел книги. По словам автора, это явление не имело ничего общего с социалистической модой, на которую возлагалась благородная задача насаждения культуры одежды (Русанова 1962: 152–157)[104]. «Крик моды» представлял особую опасность для советских женщин, которые слепо повиновались ему, как странники — сладкому пению сирен. Рассуждая о будущем коммунистической моды, Русанова не предвидела в этой сфере никаких серьезных изменений (Там же: 158–165). В отличие от западной манеры бездумно подхватывать последние тенденции, коммунистическая мода будет развивать индивидуальный эстетический вкус ее носителей. В Чехословакии столь же негативное мнение о «крике моды» высказала Зденька Фухсова. В интервью 1958 года она как опытный дизайнер, довоенный специалист, знакомый с актуальными парижскими тенденциями, со знанием дела именовала описываемый феномен le dernier cri (буквально — «последний крик»). Выступая с позиции облеченного авторитетом представителя чешского центрального института моды, Фухсова заявляла, что чехословацким женщинам совсем не обязательно гоняться за последними новинками. Гораздо важнее хорошо представлять себе, как одеться, чтобы выглядеть скромно и подобающим образом. Этого достаточно, поскольку социалистические женщины обладают врожденной элегантностью, которая гармонизирует их облик[105].

Когда в конце 1950-х годов официальная идеология признала изменения необходимой составляющей модных практик, время социалистической моды начало двигаться одновременно вперед и вспять. Чтобы соответствовать актуальным модным тенденциям, нужно было сначала познакомиться с прошлыми. Но даже в этих условиях время социалистической моды продолжало сохранять присущий ему медлительный темп. Социалистические дизайнеры использовали невероятное количество заимствований, которые стилистически диссонировали друг с другом и не имели никакого отношения к актуальным модным трендам. Эти произвольные цитаты восходили к античности, к классическим женственным моделям, к длинным вечерним нарядам с кринолином, к варианту народного костюма, испытавшего на себе влияние голливудского шика (ил. 4.25). Обращение к истории европейского костюма было важной составляющей процесса возвращения социализма к моде. Сам процесс, однако, напоминал археологические раскопки: «извлекаемые на поверхность» артефакты не соотносились ни с современной западной модой, ни с бытом. Ориентируясь на них, социалистическая мода в первом случае отставала от последних тенденций, во втором — удалялась от реальной жизни. Иными словами, ко-



Ил. 4.25. Советская коллекция на конкурсе социалистической моды в Будапеште. Журнал мод. 1955, № 1

стюмы, демонстрируемые на модных конгрессах, сохраняли причастность к «синхроническому или систематическому уровню» и игнорировали уровень «диахронии». Специфический статус социалистической моды выявлял ее связь с идеологией. На практическом уровне эти эксцентричные заимствования

свидетельствовали о растерянности дизайнеров, впервые заглянувших в западные модные журналы и начавших посещать парижские модные показы[106]. В профессиональном отношении им было трудно угнаться за европейскими коллегами после долговременной культурной изоляции, обусловленной политическими причинами. Стремясь овладеть неведомыми им ранее секретами мастерства, дизайнеры выхватывали из имеющегося на западе модного арсенала случайные фрагменты, создавая при этом все те же традиционные помпезные модели — как раз такие, которые отвечали представлениям властей о социалистической моде.

По-прежнему сохраняла актуальность традиция обращения дизайнеров к народному костюму как источнику цитаций. В леденящей атмосфере холодной войны социалистическая мода стремилась быть оригинальной, сочетая этнические мотивы с западным стилем. Так, в Польше была основана компания Cepelia, задачей которой являлась поддержка народного искусства, воплощающего собой социалистический идеал коллективного творчества. Впрочем, коллекция, созданная дизайнерами компании в 1962 году, мало соответствовала этой цели. Основу ее составляли роскошные длинные вечерние платья, богато украшенные вышивкой на основе этнического орнамента. Журнал Polska замечал, что международного признания польская мода может добиться, лишь комбинируя подобные стилизованные этнические цитации с современным модным силуэтом. Подчеркивалось, что лишь этот шаг позволит польским дизайнерам конкурировать с итальянскими и французскими коллегами[107]. Идеологически мотивированное сочетание плохо совместимых отечественных этнических цитаций с элементами западного модного стиля идеально соответствовало медленному течению социалистического времени. В этом отношении железный занавес не только разделял две оппозиционные политические, экономические и социальные системы. Существование этого барьера выявляло непосредственную зависимость разных типов времени от географии.

Иногда, в контексте безопасного представительского пространства, мода решалась на имитацию перемен. В начале 1960-х годов власти Восточной Германии объявили о грядущих реформах в экономике и повседневной жизни, и модные наряды, представленные в журнале Sibylle, вписались в этот идеологический дискурс. В 1962 году пост модного редактора Sibylle заняла Доротея Мелис, молодая выпускница берлинского факультета дизайна Академии прикладных искусств. Она получила эту должность благодаря своей дипломной коллекции, посвященной молодежной моде. Работы Мелис стали сенсацией. По словам дизайнера, «Sibylle традиционно ориентировалась на высокую моду, однако эта политика доказала свою несостоятельность. Модели от-кутюр в принципе никому не нужны, однако в начале 1960-х годов это стало особенно



Ил. 4.26. Модель пальто. Дизайн VEB Quintett Moden, Глаухау. Sibylle. 1963, № 1

заметно. Моя идеальная женщина — хороший профессионал, она обладает развитым интеллектом и свободой духа и ведет себя естественно. Журналистка Маргот Пфанштиль, которая специализировалась в вопросах экономики и занимала в то время пост главного редактора Sibylle, пригласила меня побеседовать с ней в октябре 1961 года. Я подробно объяснила, почему считаю перемены необходимыми. Пфанштиль сказала: "Ну, надеюсь, вы сумеете осуществить свои идеи на практике". У меня ушел год на подбор команды молодых фотографов, художников-графиков, дизайнеров и стилистов. Я сама также работала стилистом на фотосессиях, проводившихся Sibylle. Моим кумиром был французский фотограф Питер Кнапп, а моей Библией — французский журнал Elle»[108].

В первой редакционной статье Мелис упомянула о существовании трех категорий молодых женщин, предпочитающих разные типы одежды: студентки-художницы, одевающиеся в богемном стиле, романтические девушки в оборочках и работницы заводов, у которых нет ни времени, ни склонности наряжаться, так что они облачаются в неприметное серое платье[109]. Сама Мелис была молодой

дамой, страстно увлеченной модой, так что ей импонировали первые два типа. Вместе с тем она предпочитала экстравагантности модернистскую простоту, и считала своей миссией стимулировать интерес и развивать вкус к нарядам у представительниц третьей группы женщин. Мелис утверждала, что в гардеробе молодой девушки обязательно должны быть прямое пальто, плащ спортивного стиля, маленький костюм, плиссированная юбка, прямая спортивная юбка, повседневный джемпер, блузка и маленькое выходное платье. Следует выбирать одежду классического покроя, сшитую из качественных материалов, таких как фланель, шелк, хлопок и твид[110]. Подобные модели демонстрировались на работах таких фотографов, как, например, Роджер Мелис, выполненных в динамичном стиле. Раньше социалистическая мода обитала в помпезном пространстве дворцов и музеев. Теперь она вышла на улицы (ил. 4.26).

В представлении Мелис идеальная молодая женщина была студенткой-интеллектуалкой, успешным профессионалом или актрисой на пороге блестящей карьеры. Подобный образ идеально отвечал ожиданиям властей. Государство больше не занимали верные режиму фабричные работницы в бедной одежде. Ему нужна была лояльность новой социальной группы. Вскоре, однако, классика вновь начала побеждать молодежный стиль. «Маленький костюм» обернулся клоном знаменитого костюма от Chanel со свободным жакетом, отделанным тесьмой[111]. В последующие годы журнал Sibylle опубликовал множество вариантов этого классического наряда. Они разрабатывались модельерами MDI, других социалистических центральных модных институтов и экспортных швейных компаний, а также создавались работавшими в журнале специалистами для модных фотосессий[112]. Однако в 1970-е годы, с началом нового цикла экономической рецессии и политической стагнации государства, Sibylle пришлось умерить свои амбиции (ил. 4.27, 4.28).

Не только Доротея Мелис считала костюм от Chanel образцом современной классики[113]. Хорватский модельер Жужи Елинек, до войны обучавшаяся в парижском модном Доме Nina Ricci, была о Коко Шанель очень высокого мнения[114]. Вернувшись после войны в свой салон в Загребе, Елинек сохранила верность эстетике парижского шика, который продолжал царить во французской моде на протяжении 1950-х годов. В 1960 году еженедельник Globus писал: «Что касается дизайнерского стиля, то Жужи Елинек — наша Коко Шанель. Она говорит: "Я терпеть не могу расфуфыренных модниц. Поэтому я предлагаю нашим женщинам простые модели. Дама, одетая просто, но со вкусом, всегда элегантна"»[115].

В середине 1950-х годов западная пресса уже называла сезонные коллекции Шанель консервативными, поскольку они не демонстрировали никаких существенных стилистических изменений. Устоявшаяся мода сталкивалась с вызовом, который ей бросали новички, такие как Пьер Карден и Андре Кур-



Ил. 4.27. Модель, представленная Германским институтом моды на тринадцатом Международном конгрессе моды в Будапеште. Sibylle. 1962, № 2

реж, склонные к радикализму и новациям. Описывая перелом, произошедший в мире парижской моды в 1960 году в результате противостояния двух главных антагонистов, Шанель и Куррежа, Ролан Барт замечал, что шик Шанель не выносил новизны. Допустимы были лишь незначительные вариации деталей. С другой стороны, Курреж, сторонник кардинальных изменений, стремился создавать радикально новые молодежные силуэты. Барт подчеркивал, что двух великих кутюрье отличало прежде всего принципиально разное представление о времени (Barthes 2006: 106–107). Елинек копировала «классический» стиль Шанель, который благодаря удачному стечению обстоятельств импонировал и другим социалистическим дизайнерам. На первый взгляд, этот выбор мог показаться странным, однако в действительности он был абсолютно



Ил. 4.28. Польский салон Ewa. Модель костюма. Sibylle. 1959, № 3

естественным: модельеров привлекал тот факт, что Шанель сезон за сезоном лишь совершенствовала элегантный деловой женский костюм, созданный ею в середине 1950-х годов.

В это время в Советском Союзе и восточноевропейских социалистических странах произошла модификация идеологической платформы, что повлекло за собой изменение официального отношения к моде. В условиях холодной войны встреча социалистической и западной моды превратилась в настоящую битву двух систем репрезентации. Вынужденные вступить в заведомо проигрышное состязание с Западом в сфере повседневной жизни, социалистические власти

неожиданно столкнулись с необходимостью попытаться создать собственный вариант модного стиля. Этот проект потерпел неудачу: социалистическая одежда массового производства не могла конкурировать с западной. Пока западная мода процветала, в полном соответствии с описанным Бартом концептом «упитанно-лоснящегося», богатого «правого мифа», резкий поворот Хрущева к аскетизму и скромности «левого мифа» не имел ни эстетического, ни индустриального успеха. Ему так и не удалось принципиально улучшить снабжение магазинов и качество продававшихся в них товаров[116].

ГЛАВА 5

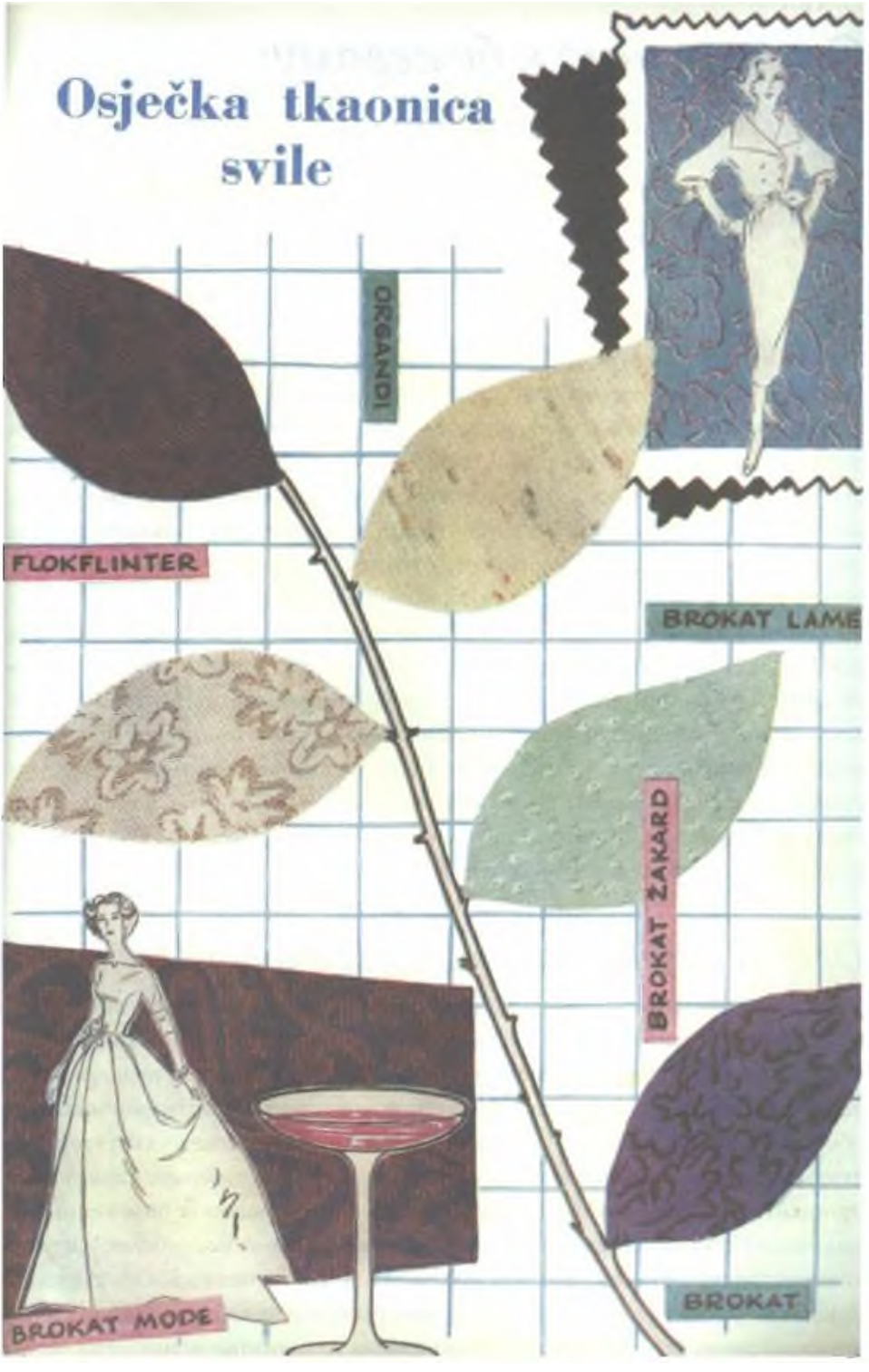
От красного к бежевому: система правил

Воссоединению моды и социализма способствовало появление нового социалистического среднего класса. Заключенное им с властями молчаливое соглашение предполагало соблюдение определенных формальных правил и ритуалов, связанных с выбором и приобретением одежды. Эта сделка предоставляла среднему классу право наряжаться, придерживаясь при этом, однако, соответствующих эстетических принципов, соединяющих излюбленные социализмом скромность и умеренность с мелкобуржуазными критериями красоты и традиционной элегантности. Средний класс нуждался в хорошей одежде, поэтому женские журналы и книги, посвященные этикету, поддерживали новую политику властей в отношении моды, одновременно пытаясь не дать ей выйти из границы дозволенного. Сформировавшаяся в конце 1950-х годов эстетика социалистической моды предполагала наличие противоречивых взаимоотношений между концепцией хорошего вкуса и помпезным стилем представительского платья, который сложился в Советском Союзе в сталинскую эпоху и продолжал сохранять актуальность на протяжении всего периода существования социалистического государства.

Одевая социалистический средний класс

Новый социалистический средний класс состоял из нуворишей и представителей старой буржуазии. На них возлагалась важная общественная миссия. Во-первых, лояльный средний класс был необходим властям, чтобы поддерживать равновесие государственной системы после завершения революционных преобразований и в период формирования стабильных социальных структур. Во-вторых, государству требовалась многочисленная и относительно динамичная прослойка, способная публично исполнять соответствующие ее положению социальные ритуалы. Последнее давало социализму возможность более успешно конкурировать с Западом. Номенклатура для этого не годилась. Она слишком привыкла к роскоши и привилегиям, которыми наслаждалась втайне, за закрытыми дверьми, — даже в тех случаях, когда упомянутые привилегии были,

Osječka tkaonica svile



на первый взгляд, доступны и простым гражданам. В ГУМе члены партийной номенклатуры могли купить дефицитные модные товары по специальным купонам, имевшим вид приглашения, на котором отмечались определенные день и час[1]. Один из бывших представителей описываемой социальной группы, Михаил Восленский, вспоминал в мемуарах, опубликованных после его эмиграции на Запад: «В известном московском универмаге ГУМ (известность эта никак не оправдывается качеством продаваемых там обычному населению товаров) была создана на 3-м этаже так называемая "спецсекция" (официально — секция № 100), куда получили доступ только семьи высшего руководства. Здесь в продаже по весьма дешевой цене отличные импортные товары, о существовании которых обычный советский потребитель и не подозревает. Есть, впрочем, и отечественные товары: например, великолепные меха, которые ни в какие открытые магазины СССР не поступают» (Восленский 2005: 360–361). Если номенклатура приобретала дорогие вещи, маркирующие их высокий социальный статус, то новый средний класс обязан был демонстрировать соответствие официальному представлению о красоте и благопристойности. Когда тайные пороки номенклатуры приняли вид публичных добродетелей, в сознание публики начали внедряться правила и предписания, призванные помочь гражданам социалистического общества разобраться в вопросах модного стиля (ил. 5.1).

Негласные договоры

Практики потребления одежды и обращения с ней были узаконены с помощью ряда негласных договоренностей между социалистическими властями и формирующимся средним классом. В Советском Союзе Хрущев попытался реформировать средний класс, сложившийся еще в сталинскую эпоху, и сделать его частью создаваемого им современного общества. Сходные процессы происходили в 1960-е годы и в Восточной Европе, где также появился новый средний класс. Анализируя направление политических и общественных изменений в странах социалистического лагеря, Кен Джоуит утверждал, что в описываемый период государства осуществили перестройку контролирующего механизма, перейдя от террора к символической манипуляции, представлявшей собой более тонкую и эффективную форму доминирования. В политическом отношении это значило, что «партия признала необходимость сгладить противоречия между государством и обществом» (Jowitt 1992: 99–100). Отказавшись от метода открытых репрессий, власти начали покупать лояльность среднего класса с помощью материальных вознаграждений и внедрять в сознание граждан презренные ранее буржуазные ценности. Например, президент Югославии Тито

На с. слева: Ил. 5.1. Реклама шелкопрядильной фабрики в Осиеке. Svijet. 1957, № 11

и президент Венгрии Янош Кадар демонстрировали принципиально разные эстетические предпочтения (Кадар и его жена жили очень скромно, тогда как Тито и его супруга питали склонность к помпезной роскоши[2]) — однако направление проводимых ими экономических реформ совпадало. Оба они старались расширить ассортимент потребительских товаров в магазинах и поощряли интерес среднего класса к приобретению новых вещей, пытаясь заручиться его лояльностью по отношению к социалистическому проекту. В Венгрии неофициальная и негласная сделка конца 1960-х и 1970-х годов между правящей элитой и народом носила название Pax Kadariensis (Hankiss 1990). Как замечает Хэнкис, по условиям этого соглашения венгерское правительство приняло на себя функции просвещенного монарха, позволяющего среднему классу развиваться в условиях «второй», неофициальной экономики[3].

В 1963 году власти Восточной Германии начали серьезные экономические реформы. Смягчение политического климата сопровождалось повышенным вниманием властей к расширению ассортимента потребительских товаров и улучшению снабжения магазинов. В Польше после прихода к власти Гомулки десталинизация государственного управления привела к росту потребления. Искусство также почувствовало себя свободнее. В Югославии 1960-х годов появились новые потребительские практики, а представители среднего класса получили больше возможностей выезжать за границу[4]. Следует подчеркнуть, однако, что во всех восточноевропейских странах принципиальной составляющей описываемых сделок была неприкосновенность политической структуры. Свобода потребления не должна была угрожать ее безопасности[5]. Описывая эту ситуацию, Вацлав Гавел отмечал, что социалистическая система «строилась на основании, заложенном историческим взаимодействием диктатуры с обществом потребления» (Havel 1985: 38)[6].

Власти нуждались в лояльном среднем классе, который имитировал бы исполнение принятых на Западе сложных социальных ритуалов, не испытывая при этом на прочность структуру государственной власти. Государство, таким образом, сохраняло ключевую роль в создании и насаждении культуры, визуальной эстетики и правил этикета нового среднего класса, который стал важной составляющей общества. В книге «В Москву — и дальше» (To Moscow and Beyond) американский журналист Г.Э. Солсбери вспоминает о беседе с министром советской торговли Анастасом Микояном на дипломатической встрече, состоявшейся в конце 1950-х годов. Микоян был очень польщен комплиментами шведских предпринимателей в адрес жителей Москвы: «"Это правда. Качество товаров повысилось. Люди на самом деле одеты гораздо лучше, чем раньше. Иногда их просто невозможно отличить от американцев". Он повернулся ко мне. "Не правда ли, мистер Солсбери?" Я с радостью поддержал мистера Микояна. "Да, — сказал он. — Сегодня, встретив русского



Ил. 5.2. Реклама универмага «Белый лебедь». Tvar. 1958, № 4

человека на улице, не всегда можно отличить его от американца — особенно летом"» (Salisbury 1960: 48).

В начале 1960-х годов казалось, что внешний облик представителей советского среднего класса действительно неотличим от европейского. Во всяком случае, так обстояли дела в столице. В отличие от потаенного дресс-кода партийной номенклатуры, мода среднего класса демонстрировалась публично, а нарядный облик свидетельствовал о способности граждан быстро усваивать ритуалы цивилизованного общества. Вместе с успешно усваиваемыми профессиональными навыками средний класс стремился приобрести и другие необходимые ему социальные атрибуты, от хороших манер до красивой одежды и интерьерных изысков. В книге Л. Ефремовой «О культуре одежды» содержались советы относительно того, какое платье следует выбирать для посещения театра или концерта, что лучше носить на работе, дома, на прогулке и на пляже, что надеть, отправляясь на танцы (Ефремова 1960: 10–37). Авторские интонации



Ил. 5.3. Репортаж с лейпцигской ярмарки (названия моделей: «Мартини», «Кортина», «Маргарита», «Симфония в золотистом»). Журнал мод. 1956, № 3

варьировались в диапазоне от осторожных рекомендаций до резкой критики. Ефремова объясняла читательницам значение мелких деталей, предупреждала, что нельзя надевать на работу тафту и муар. К счастью, замечала автор, в моду теперь входят функциональные и комфортные модели. Содержавшиеся в книге иллюстрации предъявляли читательницам образцы красивых платьев и костюмов, идеально соответствовавших непростым ритуалам, которые должна была соблюдать жительница большого города.

Средства массовой информации творили настоящий новый культурный мир. В модных журналах рецепты экзотических коктейлей сопровождались эскизами модных нарядов; тут же рекламировались соблазнительные товары — неотъемлемая часть современной жизни (ил. 5.2). Скоростные автомобили,

телевизоры, изящная мебель, коктейли, женщины в вечерних платьях из парчи или в нарядах под названием «Мартини», «Кортина», «Маргарита», «Симфония в золотистом», «Сольферино», «Камелия» и «Хризантема» — все это во множестве появлялось на страницах журналов (ил. 5.3)[7]. Никого более не тревожил тот факт, что рекламируемые практики и необходимая для их исполнения одежда представляли собой элементы буржуазной культуры. Выступая в качестве культурного агента государства, Жужи Елинек, владелица хорватского частного модного салона, консультируя специалистов текстильного предприятии относительно выбора рисунка и цвета продукции и возможностей улучшения ее качества, пришла в ярость при виде огромного количества уродливой оранжевой шерстяной материи. Выполняя функции наставника, занимающегося образованием государственных служащих, и стремясь соответствовать своей новой просветительской миссии, Елинек действовала решительно: «Я посоветовала им снять эту кошмарную ткань с производства. <...> Если эта чудовищная оранжевая материя больше не появится на прилавках, покупатели будут вынуждены выбирать приятный бежевый оттенок и постепенно привыкнут к нему. Через некоторое время их вкус станет лучше, и они сами не смогут вспомнить без содрогания, что когда-то носили такое уродство» (Jelinek 1961: 139).

Роль надлежащего совета

Государственные средства массовой информации и начавшие появляться руководства по этикету создавали безопасное образовательное пространство, в рамках которого неуместная страсть к модным новинкам контролировалась и корректировалась. Это было необходимо, поскольку новый средний класс включал в себя выходцев из самых разных слоев общества, зачастую обладавших весьма смутным представлением о культуре в целом, а также о сложности и разнообразии ее практик[8]. Ни одна ситуация не оставалась без внимания. Путешествие, работа, дом, пляж, танцевальные вечера, балы, театральные премьеры, партийные съезды, первомайские демонстрации, вечеринки по случаю дня рождения, обед, завтрак, свадьба, похороны, прогулки в парке, пикники — авторы руководств говорили обо всем. Некоторые ритуалы казались публике странными, некоторые просто были новыми, однако консенсуса по поводу соответствующей одежды, адекватного цвета и благопристойных аксессуаров следовало достигнуть в каждом из упомянутых случаев.

О настойчивом стремлении государства прилично одеть средний класс свидетельствовала, в частности, статья «В гости, театр и концерт», опубликованная в «Журнале мод» в 1958 году (ил. 5.4). Ее наставнический тон и содержание указывали на то, что читатели, по-видимому, мало знакомы с повседневными ритуалами, принятыми в цивилизованном обществе: «Мы неоднократно писали о том, что основное правило, которое следует соблюдать при выборе



Ил. 5.4. «В гости, театр и концерт». Журнал мод. 1958, № 3

любой одежды, — это ее соответствие времени и обстановке. Так, днем, например, не принято принимать гостей или ходить в гости в нарядном вечернем туалете. Для этого уместно строгое элегантное дневное платье: короткое, закрытое или с небольшим вырезом, с короткими или длинными рукавами. <...> К такому туалету не принято большое количество украшений, хорошо ограничиться чем-нибудь одним: брошью, заколкой или браслетом. К этому платью надевают изящные туфли и соответствующие сезону шляпу и перчатки. Разумеется, все должно по цвету гармонировать между собой. Повторяем — такой туалет надевают днем, когда обычно все заняты работой; этим обусловлен его скромный и строгий вид. Для дневных спектаклей и приемов от часу дня или приемов — "коктейль" и "а ля фуршет" от 5 до 8 часов вечера — следует надевать более нарядное дневное платье и небольшую изящную шляпу, снимать которую



не рекомендуется. <...> На торжественные приемы, театральные премьеры и большие концерты, начинающиеся после 8 часов вечера, надевают вечернее платье, сшитое из эффектной и нарядной ткани, не принятой для повседневной носки. Для вечернего платья характерны — но не обязательны — большой вырез, короткие рукава и длинная юбка. К такому платью желательны перчатки (шелковые, кружевные); длина их зависит от рукавов платья: чем короче рукава платья, тем длиннее должны быть перчатки, и наоборот. Вечерний туалет дополняет изящная сумка небольшого размера. Туфли в таких случаях надевают легкие, открытые, на высоких (а пожилые женщины — на средних) каблуках; они могут быть из плотного шелка, парчи, кожи золотого или серебряного цвета. Повседневные туфли надевать к вечернему туалету не следует. Вечерние платья принято дополнять ювелирными украшениями. Однако и здесь, как во всем, нужно соблюдать чувство меры»[9].

«Журнал мод» являлся официальным советским изданием, рупором существующей системы. В предварявшей статью редакционной заметке «Выходной и официальный костюм» читателей недвусмысленно информировали об избранной властями политике в отношении моды. Для этого редакция использовала распространенную при социализме журналистскую тактику: речь идет о цитатах из писем читателей, якобы интересующихся, что следует надевать в том или другом случае. «Журнал мод» предлагал «определенные правила и нормы... [которые] установились давно и приняты почти всюду», и подчеркивал: «мы рекомендуем нашим читателям придерживаться их»[10]. Кроме того, редакция набрасывала портрет аудитории, к которой обращались советы: «Эти вопросы, естественно, волнуют наших читателей, так как все шире становится круг советских людей, которым приходится бывать на официальных и правительственных приемах в дни больших советских празднеств, встречах с зарубежными гостями, приемах по случаю международных конкурсов и научных конгрессов, приемах в посольствах и консульствах, на театральных премьерах, а также на больших семейных торжествах — свадьбах, вечерах по случаю дня рождения или окончания учебного заведения»[11]. Портрет идеального представителя нового класса появился в описываемый период и в ряде других статей в социалистических женских журналах, подчеркивающих значение повседневной культуры в жизни среднего класса.

Как уже упоминалось, социалистические модные издания и книги, посвященные правилам хорошего тона, уделяли внимание практически всем сферам жизни. Платье должно было соответствовать случаю, быть красивым и функциональным, но не экстравагантным; женственным, но не вульгарным. В венгерском руководстве по этикету «Как нам следует себя вести?» на практических примерах демонстрировалось отличие хорошего вкуса от дурного. Читателям напоминали о любых, даже самых очевидных деталях: «Все элементы костюма могут идеально подходить друг к другу — но если на нем не хватает пуговицы или его красоту уродует пятно, вряд ли кто-то сочтет его владелицу симпатичной» (Oblath 2000: 45)[12]. Еще одно венгерское издание связывало в неразрывное целое три понятия: хороший вкус, скромность и патриотизм: «Во всем мире венгерские женщины и девушки славятся своими прекрасными нарядами. <...> Эти женщины — настоящие художницы. Они способны творить настоящие чудеса с юбкой, слишком широкой или узкой в талии, с парой свитеров и шарфиков. У них принято говорить: если не хватает денег, прояви фантазию!» (Réczey et al. 1960: 252). В социалистической Югославии первая книга по этикету появилась в 1963 году[13]. Здесь пропагандировались те же самые ценности: аккуратность, целесообразность и скромность в одежде. Туалеты четко делились на функциональные категории: для работы, для дома, на выход. Платья последней группы, в свою очередь, классифицировались как

утренние, дневные и вечерние. Жесткие правила регулировали стиль вечернего костюма: он мог быть изготовлен из тафты, парчи, кружева, шифона или органзы; к нему рекомендовалось надевать меха, ювелирные украшения, перчатки и специальные туфли. В то же время читательниц предупреждали, что «воображению не следует давать слишком много воли» (Zelmanović 1963: 52). Причиной тому могли быть финансовые соображения или практика самоконтроля в чистом виде.

Социалистические руководства, появившиеся в 1960-е годы, больше напоминали учебники хороших манер середины XIX века, чем аналогичные западные издания конца 1950-х годов. Появление подобных книг на Западе в XIX веке сопровождалось усилением власти среднего класса[14]. Социалистические издания также предназначались для новой социальной прослойки, нуждавшейся в подходящих повседневных и культурных ритуалах. Напротив, западные руководства 1950-х годов помогали обществу возродить и отшлифовать традиционные социальные механизмы, утраченные во время Второй мировой войны[15]. В социалистическом государстве процесс насаждения новой культуры не был связан с демократизацией общества. Скорее речь шла о реконфигурации принципов государственного контроля над личностью. У людей появлялись новые потребности, и мода занимала среди них не последнее место. И все же, прежде чем получить политическое одобрение, мода должна была подчиниться правилам приличия. По словам Пьера Бурдье, «уступка из вежливости (*политеса*) всегда подразумевает *политическую* уступку» (Bourdieu 1977: 95). Поскольку проводниками цивилизации служили платье и хорошие манеры, женщины стали главными реципиентами новой одобренной властями концепции вкуса.

Возрождение женственности: социалистические леди в шляпках и перчатках

В конце 1950-х годов образ настоящей леди в элегантном наряде, пропагандировавшийся социалистическими модными журналами, служил визуальным подтверждением реконцептуализации гендерной стратегии. Официальное возвращение к традиционному идеалу женственности свидетельствовало о провале проекта формирования Новой женщины. Это стало особенно очевидно в тот период, когда социалистические страны начали налаживать контакты с Западом и знакомиться с бытующими там сложными ритуалами, связанными с концепцией женственности. Неспособность создать собственную культуру повседневности, а также подавление экономического рынка способствовали возрождению гендерной стратификации в ее наиболее традиционной и жесткой



Ил. 5.5. Модный показ. Салон Ewa. Polska. 1957, № 8

форме. Раздел «Школа одежды» в венгерском журнале Nők lapja демонстрирует, каким образом пролетарский аскетизм превращался в контролируемый вариант женственности: «Итак, не следует одеваться вызывающе, нарочито нарушая принятые в обществе стандарты. Если на вас бросают изумленные взгляды, это еще не значит, что вами восхищаются. Конечно, и тут не следует кидаться в крайности. Безликая серая униформа — не предмет для гордости, а лишь знак отсутствия способности радоваться жизни. Можно носить шляпку, если у нее правильная форма, или надеть новое платье, если оно к лицу, — это не противоречит правилам хорошего вкуса»[16].

Официальное переосмысление гендерных стереотипов осуществлялось и в других социалистических странах. Рассказывая о каннском кинофестивале,



Ил. 5.6. Обложка журнала «Модели сезона». 1961, № 1

репортер чешского издания Žena a móda писал о сильном впечатлении, которое на него произвели красота и ухоженность француженок. После этого он сумел по-новому взглянуть на своих соотечественниц: «Мне не раз приходило в голову, что на протяжении последних десяти лет мы неправильно относились к нашим женщинам. Красивое платье и гармоничные сочетания цветов казались нам эксцентричными, и мы так редко говорили: давайте подарим женщинам все самое лучшее и замечательное — ведь они этого заслуживают!»[17] В том же примирительном тоне корреспондент польского журнала Polska признавал, что женщине доставляет особую радость посещение модного показа: «Разве вы не говорили, что это вовсе не счастье? <…> Но это серьезное заблуждение. Если бы вы видели разрумянившиеся щеки женщин, рассматривающих коллекцию

летней одежды в магазине Ewa, ловили их сияющий взгляд, наблюдали за оживленной жестикуляцией, если бы слышали их восхищенное перешептывание, тихие охи и ахи — тогда бы вы сказали мне: "Так выглядит счастливая женщина!"» (ил. 5.5)[18].

Первоначально сотворение Новой женщины являлось частью большого проекта покорения природы. Мода полностью отвергалась, ибо составляла элемент декадентского и легкомысленного стиля жизни, который не имел ничего общего с миром суровых трудолюбивых мужчин, к которому было позволено присоединиться социалистической женщине. На более поздних стадиях развития социализма возрождение традиционной идеи женственности открыло дорогу моде. В условиях холодной войны эта концепция, пропагандируемая модными журналами, была весьма кстати: благодаря ей социализм приобретал в глазах Запада более человечный облик (ил. 5.6). И между тем, вновь обретя право быть игривыми и соблазнительными, женщины сразу же утратили свое место в серьезном мужском мире.

Конструирование нового визуального женского образа привело к отказу от прежнего аскетического стиля. Он больше не годился даже для партийных активисток: «Неверно полагать, будто политически сознательная женщина не должна думать о моде. Напротив, одеваясь просто, но со вкусом, она сможет лучше выполнять свои обязанности. Многие люди обращают на нее внимание, считают ее образцом для подражания, поэтому она и в моде должна подавать хороший пример» (Jelinek 1961: 115). Итак, какая же одежда считалась подходящей для партийной деятельницы? Зимой — простой, но элегантный жакет в комплекте с юбкой, сшитой из добротной ткани; летом — хлопчатобумажное платье-сорочка или блуза с рукавами три четверти, надевавшаяся с плиссированной юбкой. В торжественных случаях, таких как партийные собрания и съезды, официальные приемы, празднования годовщин и первомайские демонстрации, костюм дополняли небольшая шляпка, короткие белые перчатки, нитка жемчуга или брошь (Там же). Именно такой стиль рекламировал польский журнал Świat Mody в публикации, посвященной весенней коллекции: девушки-модели здесь носили скромные платья силуэта «принцесса», нить жемчуга на шее и туфельки на невысоком каблуке (ил. 5.7)[19].

В конце 1950-х и начале 1960-х годов в Советском Союзе, в самый разгар кампании, направленной на реабилитацию идеи женственности, дамам не рекомендовалось носить брюки. Популярный еженедельный журнал «Огонек», своеобразный рупор хрущевской эпохи, уделявший много внимания культуре повседневности, утверждал, что такой наряд идет лишь стройным и высоким девушкам, но и им лучше не надевать его вне дома[20]. В книге 1962 года «Дом без крыши: Россия через 43 года после революции» (House without a Roof: Russia after 43 Years of Revolution) Морис Хиндус также упоминал о том, что советские



Ил. 5.7. «Модная весна!». Świat Mody. 1962, № 51

женщины хотели бы носить брюки и шорты, но им позволялось делать это только дома (Hindus 1962: 377–378). В книгах, содержавших рецепты красоты и советы относительно правильного выбора одежды, подчеркивалось, что дама, надевшая брюки, ставит под сомнение не только свою женственность, но и скромность. Таким образом, советское представление о женственности продолжало пребывать в ловушке традиционных гендерных практик. Работающие женщины должны были делить свое время между мужским миром, имеющим первостепенную значимость, и традиционным женским миром, где было место материнству и нарядам.

Идеальным воплощением нового идеала женщины служила кокетливая юная девушка в очаровательном платье, болтающая по телефону, — главная

героиня фотоновеллы «Встреча у Национального театра в 7 часов вечера», опубликованной в венгерском журнале Nők lapja (ил. 5.8). Восемь пронумерованных подписей комментировали фотографии, на которых молодая дама, собираясь на свидание, искала подходящую к случаю одежду. Она была женственна, элегантна и жаждала угодить встретившемуся ей на жизненном пути мужчине. Ее мысли вертелись вокруг танцев, прогулок в парке и посиделок за чашкой кофе в маленьком кафе — а также пышных юбок, шляпок, перчаток, атласных бантов, крошечных сумочек и украшений. Выяснялось, что вся эта чудесная одежда производится центральным институтом моды RTV. Подписи гласили:

1. «В семь часов?.. Да, я приду...»
2. «Разумеется, я приду, но что же мне надеть?.. Это проблема... Но сегодня у меня есть возможность не просто заглянуть в свой гардероб, но и выбрать что-то из нарядов производства Центрального модного института швейной промышленности. Итак...»
3. «Если мы лишь немного пройдемся и посидим в маленьком кафе, можно надеть этот фиолетово-розовый костюм в горошек, в комплекте с блузкой. Однако...»
4. «Если мы отправимся на прогулку на остров Маргит, лучше выбрать это шелковое платье и накидку...»
5. «Хотя для такого случая больше подойдет приталенное нейлоновое платье с пышной юбкой, в нем так чудесно танцевать...»
6. «Или, может быть, выбрать это черно-белое платье из искусственного шелка с белым орнаментом. Оно смотрится очень сдержанно в сочетании с белыми перчатками. Ему не понравится, если я буду одета слишком броско...»
7. «И по той же причине он был бы рад увидеть меня в этой юбке в сочетании с прозрачной блузкой. Что вы об этом думаете?»
8. «Итак, что же мы думаем? Все наряды очень красивы, но если говорить о выборе, то как насчет той самой белой юбки и шелковой блузки, которые были на тебе, когда ты разговаривала по телефону? В любом случае — хорошего вечера»[21].

В женских изданиях появились разделы, посвященные выбору подходящей одежды и правилам поведения в обществе. Среди них были «Азбука хороших манер», «Модный лексикон» и «Карманная история моды» (Svijet), «Школа одежды» (Nők lapja), «Модные изыски от Сивиллы» и «Маленькая школа моды» (Sibylle), «Только для женщин» (Świat), и «Вам, женщины» («Огонек»). Публиковавшиеся в них тексты и иллюстрации доказывали, что красота и элегантность неразлучны с простотой. Кроме того, здесь регулярно печатались бумажные выкройки для рукодельниц, способных самостоятельно сшить для себя наряды, рекомендованные авторами.



Ил. 5.8. «Встреча у Национального театра в 7 часов вечера». Nők lapja. Июль 1958

Помимо простого стиля, социалистические женские журналы пропагандировали ношение шляп: они представлялись самым очевидным символом традиционной женственности. В журнале Svijet была опубликована статья, повествующая об истории женских шляпок. Здесь рассказывалось, какие фасоны и материалы были популярны в разные эпохи[22]. В других статьях содержались сведения о том, какой фасон подходит к тому или иному типу лица[23]; глянцевые журналы демонстрировали новые модели головных уборов[24]. Шляпы следовало комбинировать с подходящими к ним перчатками и сумочками, и неумение подобрать правильное сочетание подвергалось осуждению (ил. 5.9, 5.10)[25]. Внедрение нового идеального женского образа в сознание потребителей требовало неустанного повторения. Поэтому женские журналы с тошнотворной настойчивостью проповедовали незамысловатые правила: туфли и сумочка должны подходить друг к другу, нельзя использовать в костюме больше трех цветов, допустимо одеваться красиво, но не вульгарно. Как заметила Франсуаза Том в работе, посвященной советскому «новоязу», «повторение здесь — больше, чем педагогический прием. Оно воплощает на стилистическом уровне абсолютную прозрачность и непреложный авторитет излагаемой идеи» (Thom 1989: 85).


9
SVIJET



На с. слева: Ил. 5.9. Обложка журнала Svijet. 1956, № 9
Ил. 5.10. Обложка журнала Modenschau. 1962, № 61

Обучение женщин правильно одеваться и ухаживать за своей внешностью началось довольно рано. В 1960 году автор одной из статей в советской книге «Вам, девушки» рассуждает о моде на примере классической русской литературы, побуждая юных читательниц подражать Наташе Ростовой из «Войны и мира» или Анне Карениной: «Первый бал! Сколько незабываемых впечатлений оставляет он на всю жизнь! Вспомните Наташу Ростову! В жизни каждой девушки наступает момент, когда она надевает первое вечернее платье с таким же трепетом, как Наташа» (Судакевич 1960: 219). Собираясь на выпускной бал, девушки спрашивали совета относительно того, как выбрать подходящий цвет, покрой и ткань для платья. В руководстве предлагались соответствующие рекомендации, пропагандирующие скромную эстетику социалистического хорошего вкуса, однако девушкам напоминалось также, что Анна Каренина

никогда не стремилась привлечь к себе внимание с помощью пышного наряда. Бальные платья были простой оправой, оттеняющей сияние ее внешней и внутренней красоты. Советские девушки должны были следовать этому примеру: «Не стремитесь привлечь к себе внимание костюмом, будьте интересны и содержательны сами» (Там же: 220). Не удивительно, что в идеологическом отношении советский ритуал школьного бала имел мало общего с современными ему западными модными тенденциями: образцом выпускного платья служил роскошный и подчеркнуто женственный наряд, который могла бы надеть аристократка XIX века, трагическая героиня русского романа.

Женщин Восточной Германии также с раннего возраста учили одеваться в правильном стиле. Во время визита в школу им. Песталоцци в Берлине, в районе Хоэншенхаузен, художественный директор DMI Катя Зельбман в ходе неформальной беседы рассказывала ученикам о том, что допустимо и запрещено в моде: «Вскоре ее слушатели начали улыбаться, вспоминая о своих маленьких слабостях. Молодые люди быстро усвоили, что обтягивающие джинсы с заклепками, кричащая атласная ткань или пиджак из искусственной кожи выдают плохой вкус. Также была устроена демонстрация слайдов, наглядно показывающих, какие блузки нельзя сочетать с юбкой-«солнцем»»[26]. К концу 1950-х годов западная мода уже отказалась от традиционного концепта женственности в пользу молодежных стилей, бросающих вызов традиционным гендерным образам[27]. В отличие от этого социалистическую женщину на протяжении 1960-х годов неустанно учили вести себя так, как положено «настоящей леди».

Помпезный или скромный: два варианта социалистического хорошего вкуса

Новую эстетику среднего класса следовало создавать, пропагандировать в средствах массовой информации и воплощать на практике в спешном порядке. Поэтому социализм, как и прежде, был вынужден заимствовать официальный модный стиль из арсенала буржуазной культуры. В отличие от помпезного шика, доминировавшего в сталинскую эпоху, официальный социалистический дискурс усвоил мелкобуржуазное представление о стиле, которое нашло воплощение в понятии «хороший вкус»[28]. Если сталинская культура питала слабость к вышедшей из моды монументальной роскоши, то мещанский хороший вкус удачно сочетался с любовью социализма к скромности. Обе концепции демонстрировали пристрастие социалистической моды к синхронии в ущерб диахронии. Поскольку скромность была возведена в ранг официальной добродетели, тяга властей к роскоши, казалось бы, должна была исчезнуть

вместе со сталинской эпохой. На деле, однако, этого не произошло. Просто в социалистических странах каждый из этих стилей пропагандировался особым типом женских журналов.

Социалистический вкус к роскоши

Помпезная эстетика определяла стиль социалистической моды в ее представительском варианте. Речь идет о коллекциях одежды, демонстрировавшихся на конгрессах моды, на подиумах отечественных и международных торговых ярмарок, а также о моделях, рекламировавшихся элитными модными изданиями, такими как советский журнал «Модели сезона», венгерские Ez a divat и Pesti divat, чешский Žena a móda и восточногерманский Sibylle. Основой этого стиля служили формальные и ригидные в социальном отношении западные дресс-коды, принятые до середины 1950-х годов. Обязанный своим существованием культурной автаркии и политической изоляции социалистических стран, он в итоге стал результатом осознанной стратегии, которой власти строго придерживались в обращении с модой (ил. 5.11, 5.12).

Помпезный стиль приветствовался правящей бюрократией, поскольку не подразумевал необходимости реальных перемен. И действительно, потепление политического климата отнюдь не означало, что власти были готовы реформировать существующие модные практики: подобные шаги были опасны для режима. Сфера модного производства не могла быть организована по иным принципам, нежели те, на которых базировалась вся система в целом. Прототипы, создававшиеся в централизованных институтах моды, передавались на текстильные и швейные предприятия, которые, в силу иерархического принципа принятия решений, опаздывали с выпуском новых моделей. При этом качество последних в процессе производства ухудшалось. Когда корреспонденты американской газеты Christian Science Monitor посетили чехословацкий «Институт культуры быта и одежды» (UBOK) в 1967 году, они обнаружили, что центральный институт предписывает дизайнерам чешских текстильных и швейных предприятий, какие модели им следует поставлять. Специалисты UBOK были единственными представителями отрасли, имевшими право посещать западные столицы и имевшие доступ к европейским модным журналам. Руководители института полагали, что дизайнеры государственных компаний были бы глупцами, отказываясь от новых трендов, разрабатываемых головной организацией: ведь они получали «самые актуальные модели даром!»[29]

Вневременно́й характер помпезного стиля соответствовал медлительному течению социалистического времени. Страстно желая представить собственную реальность лучшим из возможных миров, предельно бюрократизированное социалистическое руководство продемонстрировало, что оно в полной мере



Ил. 5.11. Праздничные платья (фрагмент).
Модели сезона. Осень-зима 1956–1957

усвоило сталинскую систему усовершенствования мифа. Вышедшая из моды роскошь была призвана символизировать стабильность и преемственность социалистической моды. Печатные органы центральных модных институтов, элитные женские журналы превращали миф в реальность, публикуя изображения традиционных элегантных нарядов. Самый их шик был декларативен, роскошь навязывалась людям «сверху». Определяющими для этого стиля являлись понятия традиции и «классики», поэтому он не предполагал возможности трансгрессии или образования эмоциональной связи между одеждой и личностью. Гламур предписывался моде государством и его природа была авторитарна.



Ил. 5.12. Обложка журнала Ez a divat. Май 1959

Элитарные модные издания представляли собой феномен изолированного мифологического мира до последних дней существования социалистической системы. В своей деятельности они руководствовались только идеологическими указаниями высшего руководства. Массовые женские журналы, напротив, имели дело с повседневной реальностью, а потому им позволялось ненавязчиво обсуждать вопросы производства готовой одежды. К концу 1950-х годов власти вознамерились внушить массам новый образ официально принятого стиля, объединяющего обаяние и скромность. Выполнение этой задачи было возложено именно на популярные модные издания.



Ил. 5.13. Модели, демонстрировавшиеся на восьмом Международном конгрессе моды в Москве в 1957 году (чехословацкая модель слева, восточногерманская — справа). Журнал мод. 1958, № 1

Ил. 5.14. Лето. Praktische Mode. 1963, № 6



Социалистический хороший вкус

Вторым эстетическим воплощением канона социалистической моды стал хороший вкус. Помпезный стиль был предназначен для представительских нарядов. Хороший вкус служил руководством в повседневной жизни. Стиль соответствующей ему одежды имел много общего с пролетарской модной эстетикой. Ему точно так же были свойственны скромность, благопристойность и функциональность. Впрочем, имелись и новые критерии — очарование и элегантность. В конце 1950-х годов они были необходимы, поскольку позволяли смягчить аскетизм пролетарского стиля. Социалистический хороший вкус был идеальным инструментом, позволявшим фильтровать, нейтрализовать и замедлять процесс изменений, свойственных моде. Кроме того, этот стиль был идеален для людей, плохо ориентировавшихся в сложных социальных ритуалах, связанных с выбором одежды. Пока роскошные наряды выполняли свои репрезентативные функции, скромное, но милое платье рекламировалось популярными женскими журналами как идеальный костюм представительницы социалистического среднего класса (ил. 5.13).

Советский массовый еженедельник «Работница» признавал, что грандиозная эстетика социалистической моды не имела ничего общего со скверной одеждой, поступавшей на прилавки магазинов. В середине 1960-х годов журнал регулярно печатал интервью с дизайнерами ОДМО, посвященные новым модным тенденциям[30], однако время от времени упоминал и о том, что стиль и качество готовой одежды все еще оставляют желать лучшего. Корреспондент журнала дизайнер Е. Семенова поделилась с читательницами историей о том, как ее сообразительная молодая соседка купила готовое платье и, будучи расстроена его плохим качеством и типовым фасоном, переделала и декорировала вещь своими руками[31]. Оставив роскошные наряды мифическому миру элитарных модных журналов, популярная пресса в других странах также начала уделять внимание повседневным проблемам, связанным с производством и покупкой одежды. Шикарные костюмы, демонстрировавшиеся в восточногерманском журнале Sibylle, резко контрастировали с материалами массовых женских журналов, таких как Frau von heute и Praktische Mode (ил. 5.14). Подобным же образом венгерские и югославские популярные издания — например, Nők lapja и Svijet — публиковали модели, позаимствованные из французских журналов Femme d'aujourd'hui и Femme pratique и немецких Burda и Neue Mode. Ориентированные на последние тенденции, они адаптировали их к повседневной жизни, представляя публике легко копируемые вариации произведений высокой моды[32].

С конца 1950-х и на протяжении 1960-х годов хороший вкус способствовал перемирию между социализмом и модой, заключенному для того, чтобы



Ил. 5.15. Коллекция Гизелы. Sibylle. 1960, № 5

дать новому среднему классу возможность прилично одеваться. В оперетте 1960 года «Успех Гизелы на ярмарке моды» (Messeschlager Gisela) Лейпцигская международная торговая ярмарка служит полем битвы между экстравагантным западным стилем и социалистическим хорошим вкусом. Гизела, молодой дизайнер, поступает работать на швейную фабрику VEB Berliner Schick и создает простую, но симпатичную дизайнерскую коллекцию из четырех моделей. Рецензируя постановку, корреспондент Sibylle назвал Гизелу «женщиной 1960-х годов», поскольку она считала, что современному потребителю нужна комфортная одежда, без изысков, но при этом сшитая со вкусом. Работы Гизелы сразу же завоевывают симпатии ее коллег на фабрике. Однако директор VEB Berliner Schick, Роберт Куккук пытается помешать молодому модельеру выставить свою коллекцию на Лейпцигской ярмарке. Сам директор недавно побывал в Париже. Его работы носят на себе отпечаток декадентского шика и напоминают наряды посетителей сомнительного французского ночного клуба. Победа Гизелы на международном модном показе символизирует триумф социалистического хорошего вкуса (ил. 5.15)[33].

В 1964 году югославский журнал Svijet объявил приз, который собирался присудить лучшему готовому платью. Платье потенциального победителя

должно было «иметь простой, но оригинальный покрой, быть элегантным, практичным, удобным и благодаря небольшим изменениям или добавлению некоторых деталей — многофункциональным. Платье обязательно должно быть изготовлено из отечественной ткани и для отечественного потребителя, сшито добротно и с учетом правил. Источником этих требований являются многочисленные письма, дорогие читатели, которые вы присылаете в наш журнал. В них вы просите предложить вам модель костюма, который подходил бы не только для того или иного особого случая, но который можно было бы надеть в любое время дня — разумеется, с некоторыми изменениями»[34]. И какая же модель победила? Маленькое темно-синее платье силуэта «принцесса», с атласным воротником и крохотными, обтянутыми атласом пуговицами, которое, в соответствии с концепцией хорошего вкуса, представляло собой адаптацию актуальных западных модных трендов в духе практичности и скромности, столь прельщавших социализм.

В сочетании с идеями простоты и функциональности презренные ранее идеологические и эстетические категории — красота, женственность, элегантность — стали неотъемлемой составляющей концепции социалистического хорошего вкуса. Маленькое черное платье, соответствовавшее представлению о «вечной» элегантности, представлялось как последний крик моды. «Леди в черном смотрятся исключительно эффектно», — утверждал польский журнал Świat Mody в статье, посвященной новому фавориту моды[35]. Маленькое черное платье отвечало критериям женственности и элегантности — и в то же время оно выглядело простым, функциональным и демократическим. Л. Ефремова в книге «О культуре одежды» называла эту модель универсальной и демонстрировала три ее варианта. Деловой костюм предполагал дополнение из красивой блузы в горошек и широкого пояса. Надев короткий модный пиджак, можно было получить выходной прогулочный вариант. Самый элегантный образ, предназначавшийся для посещения театра, требовал подбора аксессуаров — жемчужного украшения, накидки и черных перчаток. Журнал «Работница» также советовал своим читательницам носить маленькое черное платье с различными аксессуарами — такими, как кружевной воротник и манжеты, шелковая блуза с оборками, изящная меховая отделка или белый воротничок. Эти детали не только украшали платье, но и подчеркивали его универсальность и функциональность.

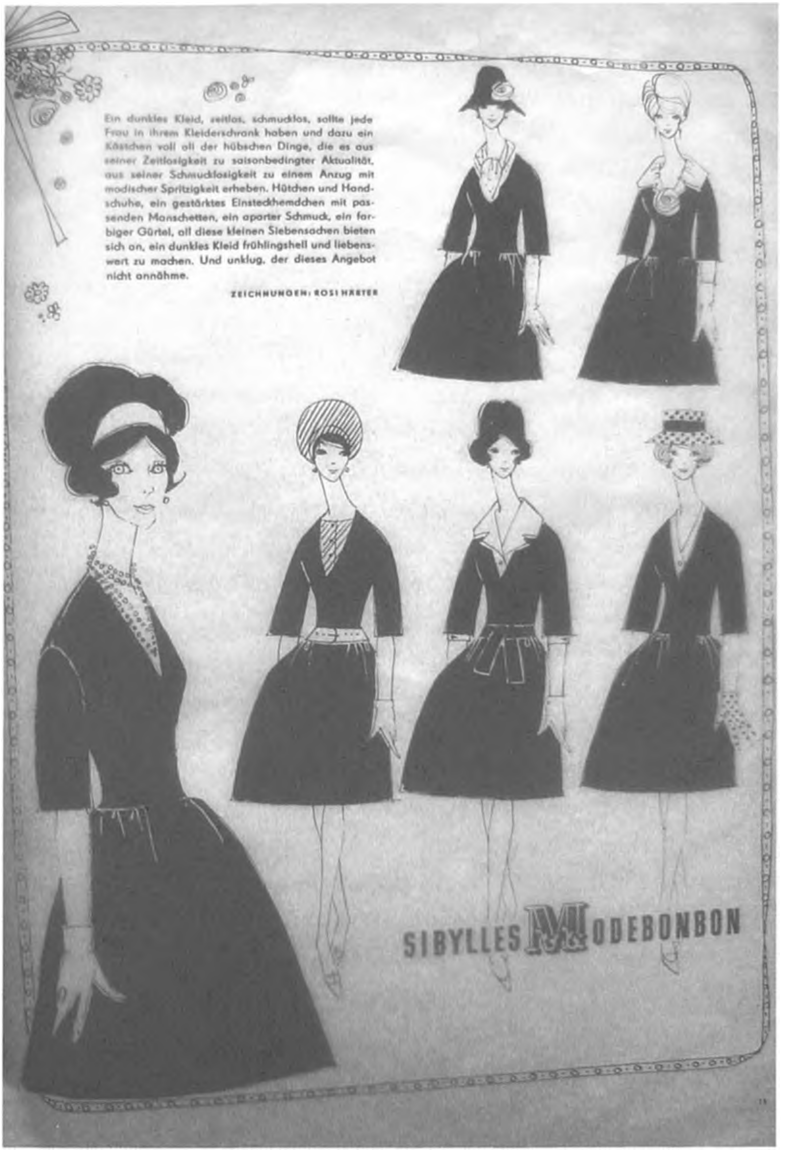
В 1960-е годы маленькое черное платье пользовалось большой популярностью у югославской прессы (ил. 5.16). В то время одним из самых модных культурных событий в Югославии был музыкальный фестиваль, проходивший в прибрежном городе Опатия. Певцы ворковали о любви под аккомпанемент симфонического оркестра на сцене Гранд-отеля. Организаторы мероприятия пытались подражать известному итальянскому фестивалю в Сан-Ремо,



поэтому наряды участников и зрителей соответствовали итальянскому стилю, хотя и смотрелись более скромно. В статье, посвященной фестивалю в Опатии 1964 года, корреспондент журнала Svijet обращал особое внимание на то, что выступавшие дамы носили маленькие черные платья, декорированные «розами и только розами — белыми, зелеными, красными, розовыми, голубыми и черными». Маленькое черное платье было фаворитом: «простота еще раз доказала, что способна быть красивой и элегантной»[36].

В журнале «Работница» страсть женщин к украшениям сдерживалась с помощью потока рекомендаций, внушающих читательницам осторожность и чувство меры. Может ли дама приколоть экстравагантную брошь к лацкану пальто? В 1959 году молодая девушка Клара Чебанова написала в редакцию, что видела на улице женщину в таком наряде. На работе Клара и ее коллеги задумались, прилично ли так одеваться. Некоторые считали, что украшения на женщине всегда хорошо смотрятся, а другие полагали, что большая брошь выглядит слишком вызывающе. Растерявшись, Чебанова написала взволнованное письмо в «Работницу», чтобы разрешить дилемму. Ответом стало заглавие статьи в журнале: «Украшения? Да, но в меру»[37]. Умеренность была ключевым концептом нового стиля, синтезирующего очарование и скромность. Подталкивая средний класс к копированию повседневных ритуалов, принятых на Западе, власти в то же время жестко контролировали этот процесс. Между пристойностью и неприличием пролегал непреодолимый барьер, а понятие социалистического хорошего вкуса было четко определено (ил. 5.17). Пропагандируя его эстетику, популярные модные издания и руководства стремились предотвратить любую возможность нарушения проведенных раз и навсегда границ. Среднему классу предстояло в короткий срок запомнить много правил: «В поисках красивых цветовых сочетаний в костюме идут разными путями. Самый простой принцип сочетания — это разные оттенки, вернее, разная сила одного и того же цвета. Например, к светлому серо-голубому костюму можно подобрать темно-синюю шляпу, синюю сумку и синие туфли. Синий цвет — более темный оттенок голубого. Или, если пальто желтое, беж, к нему подойдут коричневые детали. <...> Такие сочетания всегда красивы и не требуют особого чувства красок и знания цветовой гаммы. Вторым простым принципом сочетания цветов в костюме является участие нейтральных тонов, т.е. белого, черного или серого. В этих вариантах также просто достичь многих эффектов, не рискуя быть безвкусным. <...> Наиболее труден и интересен контрастный принцип сочетания красок. Например, очень резкое сочетание красного с зеленым может быть красивым, если взяты правильные соотношения цветов. То же относится к сочетанию и желтого с синим, голубого с розовым, красного с голубым и т.д.

На с. слева: Ил. 5.16. Выходные черные платья. Svijet. 1956, № 11



Ил. 5.17. Модные изыски от Сивиллы, раздел журнала Sibylle. 1960, № 1

Самое лучшее сочетание в костюме — два цвета, но допустимо сочетание и трех цветов в том случае, если третий — родственный оттенок одного из сочетаемых» (Судакевич 1960: 222). В статье под названием «Простота! Простота! Простота!», опубликованной в рубрике польского иллюстрированного еженедельника Świat «Только для женщин», Анна Зюлькува перечисляла приемлемые цветовые сочетания. К ним относились, например, комбинация розового и серого, красного и синего, черного и белого, тогда как розовый и зеленый,



Ил. 5.18. Дома. Журнал мод. 1958, № 3

фиолетовый и темно-красный, голубой и зеленый считались плохо подходящими друг к другу[38]. Статьи, посвященные выбору цвета одежды, печатались во всех женских журналах. Svijet советовал рыжим и темноволосым женщинам носить оттенки зеленого и голубого, а блондинкам рекомендовали облачаться в фиолетовый, розовый, синий и красный цвета. Комбинируя оттенки, следовало быть очень аккуратной. Творческие эксперименты или личные предпочтения в этой области заведомо строго пресекались: «Никогда не смешивайте в своем

наряде следующие цвета: фиолетовый и красный, желтый и оранжевый, синий и фиолетовый, красный и розовый, а также коричневый с черным и темно-синим»[39].

В 1960-е годы журнал «Работница» постоянно напоминал читательницам, что парча и бархат уместны лишь для вечерних платьев и их не следует надевать на работу. Подразумевалось, таким образом, что эта практика была широко распространена. Осуждалась и другая женская привычка: являться на службу без макияжа и в бигудях, а затем приводить себя в порядок на глазах у публики. В рабочей одежде приветствовалась скромность, в домашней — опрятность[40]. После прихода Хрущева к власти наружу выплыла страшная правда: оказалось, что мифический образ суперженщины, способной идеально выглядеть в любых условиях, не имел ничего общего с реальностью. Было официально признано, что женщине приходится нести двойную нагрузку, и государство обещало помочь: организовать производство современной бытовой техники, расширить ассортимент потребительских товаров, улучшить работу детских учреждений. В ответ работающие женщины должны были лучше ухаживать за своим внешним видом дома (ил. 5.18).

Женские издания объявили войну неряшливой домохозяйке в заляпанном домашнем халате, в старых стоптанных шлепанцах и с бигудями в волосах. Авторы статей признавали, что традиционная русская одежда, сарафан и халат, призваны прикрывать расплывшиеся тела замученных работой женщин, слишком усталых, чтобы заботиться о своей внешности[41]. Журнал «Огонек» рисовал новый образ советской женщины, обитающей в чистом, хорошо оборудованном доме, модернистскому интерьеру которого эстетически соответствовала простая, лишенная пышных украшений одежда хозяйки. Как свидетельствовали многочисленные рекомендации, покрой домашнего платья варьировался в зависимости от рода деятельности владелицы, от компании, в которой она находилась, от времени суток, однако неизменным определяющим фактором были принципы красоты и скромности.

Роскошь и скромность: вместе против моды

Январский номер «Журнала мод» 1958 года был посвящен восьмому социалистическому конгрессу моды в Москве. Страницы журнала были заполнены роскошными фотографиями с места события. «Работница», напротив, откликнулась на него короткой статьей и опубликовала лишь несколько рисунков моделей, представленных на конгрессе[42]. Элегантные костюмы, изысканные аксессуары, роскошные вечерние наряды, которые демонстрировались

на модных показах, принадлежали другому миру, абсолютно непохожему на тот, в котором обитали миллионы читательниц «Работницы». Модели очаровательных и скромных платьев, публикуемые в «Работнице» и «Огоньке», воплощали собой принципы новой официальной эстетики. В отличие от экстравагантных нарядов, шившихся из шикарных дорогих тканей, эти простые и функциональные модели можно было легко запустить в массовое производство — и тем не менее их тоже нельзя было найти в магазинах в необходимом количестве, а их качество по-прежнему оставляло желать лучшего. Почему же этот костюм, созданный в новой скромной, минималистской и вместе с тем элегантной эстетике, не нашел адекватного воплощения в Советском Союзе, несмотря на поддерживавшую его развернутую политическую кампанию? Изменение отношения властей к моде было лишь одной из составляющих запущенного Хрущевым процесса десталинизации повседневности, трансформации сферы прикладных искусств, включавшей, наряду с одеждой, архитектуру, мебель, посуду, бытовую технику. Свойственная сталинской эпохе страсть к декоративности должна была остаться позади: эстетике космического века соответствовал простой и практичный стиль одежды, которую можно было легко производить в массовом порядке. И между тем, несмотря на то что политическая программа Хрущева, направленная на деидеологизацию общества, приветствовалась интеллигенцией, проект реконструкции советской индустрии потерпел неудачу. После смерти Сталина Хрущев встретился с гораздо более опасным врагом — бюрократией. В условиях плановой экономики эта социальная прослойка контролировала процесс принятия решений на всех уровнях государственной иерархии и не могла смириться с переменами[43].

С середины 1950-х годов западные государства, благодаря развитию технологий, уже могли наладить массовое производство дешевой и модной одежды. Социалистические текстильная и швейная индустрия серьезно отставали от европейских конкурентов и в технологическом, и в эстетическом отношениях. Запад с легкостью одержал победу над Востоком в области повседневной культуры и уровня жизни, и Хрущев не мог ничего с этим поделать. Его политическая программа изменила лишь содержание массовых и специализированных журналов (таких, например, как «Декоративное искусство СССР»), однако на уровне производства и эмпирической реальности все осталось по-прежнему[44]. У простого и функционального костюма не было ни единого шанса. Решение о его создании зависело от слишком большого количества людей, объединенных в советы, комитеты и рабочие группы. Все они были связаны друг с другом, их полномочия пересекались, а главное — вкус этих облеченных властью бюрократов был отравлен помпезной эстетикой. Бюрократия расстроила планы Хрущева, поскольку ее благополучие и привилегии зависели от жизнеспособности иерархической структуры, пронизывающей все уровни общественной

жизни[45]. Точно так же ему не удалось оставить в прошлом и монументальный стиль, доминировавший в эпоху Сталина.

Идеологи, поддерживавшие Хрущева, яростно выступали против этой эстетики, справедливо именуя ее мещанской. И действительно, новый стиль, объединявший функциональность, скромность и красоту, казалось бы, не имел ничего общего со сталинской роскошью. И между тем хрущевская эстетика, воплощенная в понятии социалистического хорошего вкуса, также по-своему принадлежала мещанскому миру. Она получила одобрение властей благодаря своей ординарности, анонимности, умеренности и банальности. О мелкобуржуазной сущности социалистического хорошего вкуса упоминал Рене Кёниг: «Единство красоты и пользы, которое время от времени именуют функциональностью, не является гуманистическим. Напротив, даже в лучших воплощениях этот стиль обнаруживает свою мещанскую природу, поскольку приукрашивает повседневность, не нарушая установленных правил, и в то же время гасит любое проявление подлинного творческого начала» (König 1988: 272)[46].

В конце 1950-х годов социализм усвоил странный набор полузнаний и изношенных эстетических формул, которые и легли в основу «подлинного» стиля. Он был удобен, поскольку не требовал наличия образования или особой умудренности от неискушенной работницы текстильной фабрики или обычной покупательницы, заглянувшей в магазин. Мода действительно получила право на существование — однако она могла влачить его лишь в жестко контролируемых рамках унылой мещанской эстетики, именуемой социалистическим хорошим вкусом. Развиваясь под неусыпным оком бюрократии, мода подчинялась принципам благопристойности, практичности и умеренности. Консервативность социалистического хорошего вкуса отвечала потребностям и властей, и нового среднего класса: она позволяла создать видимость торжества демократии без нарушения сложившегося *status quo*. В книге под названием «Секреты хорошо одетой женщины: правила привлекательности и хорошего вкуса» Жужи Елинек подчеркивала, что женщина не должна чувствовать себя обязанной следовать последнему крику моды. Модница «всегда рискует превратиться в куклу, а этого никто не любит. Мода так быстро меняется, что угнаться за ней очень трудно. Самое новое платье перестанет быть актуальным прежде, чем вы успеете трижды его надеть» (Jelinek 1961: 91).

На Западе мода и хороший вкус также отличаются друг от друга: последний эстетически нейтрален и в меньшей степени подвержен изменениям. Его придерживаются представители разных прослоек среднего класса. Всем вариантам «хорошего вкуса» свойственны анонимность, нейтральность, строгость, практичность, очарование и отсутствие склонности к переменам[47]. Последнее справедливо и в отношении социалистического хорошего вкуса, несовместимого

с индивидуальностью и непредсказуемостью. Сохранив за собой право изменять официально принятые стандарты одежды, социалистические власти тем самым отдали дань моде как постоянно трансформирующемуся феномену — однако изменения всегда происходили в границах метанарратива, ключевыми понятиями которого были скромность, простота и благопристойность. На первый взгляд, может показаться, что обращение социализма к мелкобуржуазным ценностям было жестом отчаяния: роскошные модели, которые обслуживали представительские функции социалистической моды с середины 1930-х годов, не годились для реальной жизни, а «мещанский» костюм был под рукой и готов к использованию. Думается, однако, что причиной популярности именно этого, а не иного стиля стала бедность социалистического общества, утрата связи с производственными и эстетическими традициями — как отечественными, так и зарубежными. Лишенная собственного прошлого, социалистическая мода нашла в мещанском стиле наиболее доступный источник заимствований.

Оба варианта социалистического хорошего вкуса, помпезный и скромный, носили официальный характер на протяжении 1960-х годов. Первый свидетельствовал о стабильности системы и сохранившемся могуществе бюрократической прослойки. Второй представлял собой новацию, соединяя красоту и скромность, функциональность покроя и качество ткани и демонстрируя тягу к творчеству в рамках стандартизации. Несмотря на то что хороший вкус внешне противостоял сталинскому грандиозному стилю, оба эти эстетических феномена соответствовали разным аспектам социалистической идеологии и рекламировались разными видами женских журналов. В конце концов, обе эти тенденции имели одну цель: бороться с европейской модой и характерной для нее тягой к постоянным изменениям. И вместе с тем понятие хорошего вкуса сыграло важную роль в процессе официального признания моды при социализме. Ненавязчиво соединяя пролетарский аскетизм и мелкобуржуазное очарование, социалистический хороший вкус стал тем инструментом, с помощью которого мода, наконец, вновь заняла законное место в социалистическом мире.

ГЛАВА 6

Закат социалистической моды

В конце 1960-х годов специалисты централизованных модных институтов начали усваивать последние западные тенденции, используя их для создания одежды, более совершенной в эстетическом отношении. Эти модели, однако, можно было увидеть только на конгрессах моды или в женских журналах. Одновременно дизайнеры продолжали использовать в своих работах этнические мотивы, представлявшие собой идеологически маркированную цитацию. В 1970-е и 1980-е годы, когда центральным модным институтам было официально разрешено вносить изменения в устоявшийся стиль, они продолжали адаптировать западные модные тренды к требованиям предельно бюрократизированной государственной системы. Подчиняясь ее жесткой иерархии, модельеры и редакторы журналов выступали в качестве посредников между западной и социалистической модой, однако были не в состоянии инициировать подлинные изменения в сфере дизайна и производства одежды. Таким образом, социалистическая мода разрушала саму себя изнутри. Кроме того, власти постепенно утрачивали контроль над средним классом, имевшим доступ к информации о последних западных модных тенденциях. Люди искали модели, в большей степени соответствующие их новому социальному статусу, приближая тем самым время заката социалистической моды.

Централизованные институты: приручение моды

Состоявшийся в 1967 году в Москве Международный фестиваль моды признал за европейской модой право на существование, отказавшись от традиционной социалистической эстетики последнего десятилетия. Жюри сочло коллекцию Шанель лучшим актуальным трендом, хотя Гран-при был все же присужден советскому дизайнеру из ОДМО Татьяне Осьмеркиной за платье под названием «Россия». Склонность Шанель к классицизму была корректно названа «старомодной» в редакционной статье «Журнала мод», посвященной фестивалю[1]. Еще пару сезонов назад центральные модные институты начали включать в свои коллекции шорты и мини-юбки. На фестивале они получили официальное

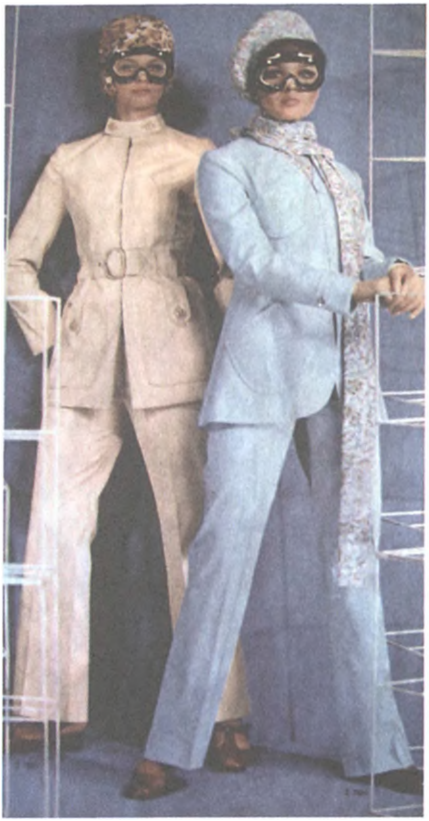


Ил. 6.1. Модели, демонстрировавшиеся на Международном фестивале моды в Москве: чехословацкая (вверху слева), венгерские (вверху справа), польские (внизу слева) и чехословацкие (внизу справа). Журнал мод. 1968, № 2

благословение как образцы молодежной моды (ил. 6.1). Описывая парижские коллекции осень-зима 1966–1967 годов, «Журнал мод» пренебрежительно отозвался о «старых» модных домах, поддерживавших традиции классической французской школы, и выразил восхищение «смелыми» новациями Пьера Кардена, представившего публике молодежные модели с геометрическими силуэтами, выполненные в космическом стиле[2]. Модные тренды подобного рода охотно усваивались специалистами центральных институтов. Эти радикальные новации в сфере форм и пропорций, открыто порывающие с традицией, идеально подходили для социалистической моды, которая никак не могла расстаться с мечтой создать собственный, поистине оригинальный костюм.

В соответствии с модернистской традицией западные актуальные тренды были основаны на сочетании элементов нового и старого. Как замечал Ульрих Леман, «стремясь к обновлению, мода всегда цитирует забытые мотивы — речь идет не только об античности или классике, но и о рефлексии в отношении собственного прошлого» (Lehmann 2000: xx). Идеология социализма, напротив, предписывала модельерам отвергнуть традиции буржуазной моды. Поэтому такая чистая новация, как космический стиль, легко встраивалась в социалистический метанарратив. Энтузиазм, с которым модельеры воспринимали актуальные тенденции, явно диктовался достижениями Советов в сфере науки и их победой над Западом в битве за космос. В 1964 году Валентина Терешкова облачилась в костюм космонавта, продемонстрировав миру равенство советских женщин с мужчинами и мощь советских технологий. В отличие от предыдущих тенденций, костюм, вдохновленный космической тематикой, интерпретировался не просто как еще один каприз легкомысленной моды, но и как социально прогрессивный стиль. Советские специалисты посещали парижские модные показы с конца 1950-х годов. В результате все самые образованные, профессиональные и талантливые дизайнеры ОДМО были способны воспроизвести образцы современных западных модных трендов. В конце 1960-х годов начали появляться и отечественные модели подобного типа. Сотрудники чехословацкого института UBOK также усвоили новые тенденции, превратив, однако, минималистский наряд в стиле «астромоды» в элегантный брючный костюм. Чехи славились мастерством кроя и отделки, и они нашли ему применение. Созданные ими костюмы пастельных тонов, головные уборы, напоминающие мотоциклетные шлемы, и очки защитного типа отмечали рассвет новой космической эры (ил. 6.2)[3].

Польский центральный модный институт Moda Polska под творческим руководством Ядвиги Грабовской ранее хранил верность классической эстетике Шанель. Однако в 1966 году в его стенах была создана молодежная коллекция, испытавшая на себе влияние работ Куррежа, выставлявшихся на осенней ярмарке в Лейпциге (ил. 6.3, 6.4)[4]. В 1968 году в югославском журнале Svijet под рубрикой «Последний крик моды» были представлены миниатюрные металлические мини-платья Пако Рабана. По словам корреспондента, эти наряды напоминали средневековые доспехи, что не мешало им, однако, выглядеть невероятно стильно[5]. Эти факты свидетельствуют о том, что социализм больше не мог делать вид, что западной моды не существует, в то время как молодежная культура и рок-музыка быстро завоевывали мировую популярность. Со страниц чехословацкого журнала Žena a móda ярко накрашенная темноволосая девушка с небрежной прической объявляла: «Эй, миру нужна неформальная мода»[6]. Признавая, что новое поколение отвергает формальный стиль в одежде, журнал представлял молодежные модели, которые демонстрировали юные





Ил. 6.2. Астромода. Žena a móda. 1970, № 7
Ил. 6.3. Moda Polska на лейпцигской ярмарке 1966 года. Sibylle. 1967, № 1

манекенщицы с распущенными по последней моде длинными волосами и подведенными черным карандашом глазами. В интерпретации UBOK воплощением нового стиля служили элегантные костюмы с короткими жакетами в стиле Джеки Кеннеди, сшитые из спортивных тканей — таких, как твид или клетчатое шерстяное сукно (ил. 6.5).

Новые молодежные образы появились и в выпуске Sibylle в 1964 году, где демонстрировались усложненные вариации маленького черного платья. В редакционной статье утверждалось, что представленная модель подчеркивает индивидуальность женщины, ее красоту и очарование[7]. Иллюстрации изображали молодых девушек в небрежных позах. Волосы моделей были уложены в тщательно растрепанные прически в стиле «боб», а глаза подведены черным и оттенены накладными ресницами (ил. 6.6).

Несмотря на интерес к моде, который социализм начал проявлять в 1960-е годы, текстильная и швейная промышленности были неспособны производить современные товары, а универмаги по-прежнему не радовали





Ил. 6.4. Moda Polska на лейпцигской ярмарке 1966 года. Sibylle. 1967, № 1
Ил. 6.5. Эй, миру нужна неформальная мода. Žena a móda. 1970, № 9

широким ассортиментом. В то время как специалисты ОДМО создавали и демонстрировали изделия в русле последних модных тенденций, магазины в Советском Союзе снабжались хуже, чем в других социалистических странах (ил. 6.7). Модные наряды продолжали существовать в мифологическом мире международных торговых ярмарок и конгрессов.

В 1969 году венгерский еженедельник Népszabadság так описывал конгресс моды в Будапеште: «Симпозиум постоянно действующего комитета по культуре одежды и легкой промышленности СЭВ, который проводился



Ил. 6.6. Sibylle Modelle —
раздел журнала Sibylle. 1964, № 5

Ил. 6.7. Весной этого года. Создатели моделей:
(слева направо) С. Зайцев, Л. Телегина, Г. Мепен, С. Зайцев,
Л. Павлова. Журнал мод. 1967, № 1 (87), весна



в Будапеште, закончился в понедельник пленарным заседанием, на котором модельеры и представители швейной индустрии из семи стран — Болгарии, Чехословакии, Польши, ГДР, Румынии, Советского Союза и принимающей стороны Венгрии — поделились друг с другом опытом. Делегаты стран-участниц продемонстрировали образцы текстиля и модные коллекции на 1970 год, а также обменялись каталогами. Специалисты, участвовавшие в заседании рабочего комитета, в понедельник посетили ряд заводов и фабрик, включая Швейную фабрику имени 1 мая, фабрику по изготовлению мужской одежды «Красный октябрь», Национальную валяльную и прядильную фабрику, фабрику «Венгерский жаккард», венгерскую компанию по производству шелка, обувную фабрику Danube, предприятие по переработке полимеров, а также, среди прочего, фабрику модного дизайна»[8]. Официальные встречи и бесконечные заседания во время конгрессов моды, а также поездки дизайнеров и представителей администрации центральных модных институтов и министерств легкой промышленности на образцовые предприятия представляли собой глянцевую поверхность, скрывающую проблемы плохого снабжения магазинов потребительскими товарами. Цензурируя повседневную реальность, социалистические конгрессы моды активно творили независимый от нее мир. Центральные модные институты выполняли важную символическую функцию: они продлевали жизнь представительского костюма в пространстве социалистической моды. Со временем штаты центральных институтов расширялись, и процесс регулирования дизайнерской деятельности усложнялся. Так, ОДМО нанял на работу 66 модельеров и гораздо больше администраторов.

К 1974 году Венгерский центральный институт моды, в то время уже именуемый «Венгерский институт моды» (Magyar Divat Intezet, MDI), нанял на работу более двухсот человек, распределив их по трем отделам[9]. MDI выступал посредником между государством и венгерской модной индустрией. Как гласил основополагающий акт министерства, в задачи MDI входили реклама, сбыт, организация выставок, участие в модных показах за рубежом, координация отечественного и экспортного производства, распространение информации о новых модных трендах и технологических достижениях, обучение дизайнеров и менеджеров швейных предприятий и повышение информированности масс в сфере культуры одежды. Когда в 1970-е годы представление о моде расширилось, а венгерские швейные компании начали экспортировать больше товаров на Запад, деятельность MDI стала еще активнее. Здесь даже выбирали пуговицы для одежды, производившейся на фабриках, и тщательно координировали выбор сочетаний цветов, моделей обуви и трикотажа, чтобы не допустить стилистического диссонанса между ними (ил. 6.8)[10].

В конце 1970-х годов восточногерманский историк моды Эрика Тиль заметила, что задачей дизайнеров является «слияние “искусства производства”



Három különböző [illegible] szövetből. A kockás anyagú nadrágszoknyás kabátot [illegible] díszíti. Derékig gombolós pánttal csukódik, olvan nyitott. A nadrág egyenes vonalú. A középső klasszikus vonalú kosztüm egyszínű. A rátétzsebek és a [illegible] ferde szállrányú. A harmadik modell felsőrésze lumberjack szabású, egyszínű nadrágja egyenes vonalú. A kockás felsőrész egyik színe a nadrágéval azonos (A Debreceni Ruhagyár legújabb őszi modelljeiből)

с "целесообразностью красоты"» (Thiel 1979: 194). Это заявление, воспроизводящее свойственную сталинской эпохе искаженную интерпретацию конструктивистских идей Варвары Степановой, свидетельствует о том, что официальный дискурс не изменился даже в эпоху позднего социализма: социалистическая мода продолжала предпочитать науку и технологию творчеству и духу перемен. Восточная Германия занимала особое место среди стран социалистического лагеря, поскольку именно здесь исследовались возможности применения полимеров в индустриальном дизайне и создании искусственных тканей[11]. В социалистических средствах массовой информации полимерные ткани и нейлон рассматривались как материалы будущего — технологичные, современные, эстетичные и способные удовлетворить запросы потребителей. Пытаясь занять место мирового лидера в производстве нейлона, Восточная Германия изменила принятое в мире название «перлон» на «дедерон», содержавшее намек на название государства — Deutsche Demokratische Republik (Германская Демократическая Республика). На модных показах за рубежом модели, разработанные Deutsches Modeinstitut (DMI) с использованием дедерона и традиционного плауэнского кружева, представлялись как уникальные продукты социалистической Германии[12]. Кроме дедерона, DMI рекламировал другие искусственные ткани, такие как волкрилон — смесь шерсти и синтетического полиакрилонитрильного волокна[13]. Восточная Германия постоянно связывала свою разработку новых синтетических тканей с социалистическим прогрессом. Например, Präsent 20, который начал разрабатываться в двадцатую годовщину ГДР, считался идеальным материалом для верхней одежды и универсальной модной тканью[14]. Будучи, однако, исключительно статичным волокном, Präsent 20 являлся идеальной воплощенной метафорой медленного развития страны. Венгерский женский еженедельный журнал Nők lapja с восхищением отзывался о DMI, который поддерживал постоянные связи с текстильными исследовательскими институтами, прежде всего — с расположенными в Карл-Маркс-Штадте: «Таким образом, химическая промышленность играет очень важную роль в швейном производстве ГДР. Вот почему они экспортируют свои товары во все страны мира, включая Францию. Основным их преимуществом служит тот факт, что все костюмы разработаны с учетом научного подхода. <...> Другой секрет в том, что наряды шьются из нейлона, но с использованием специальной технологии, которая обеспечивает свободную циркуляцию воздуха»[15].

С начала 1960-х годов, в дополнение к уже давно существующему ОДМО, на первый план вышел еще один советский институт, связанный с модой, — ВИАлегпром (Всесоюзный институт ассортимента изделий легкой промышленности и культуры одежды). Будучи органом предельно бюрократизированного

На с. слева: Ил. 6.8. Реклама Дебреценской компании по пошиву одежды. Pesti divat. 1973

Министерства легкой промышленности, ВИАлегпром обладал сложной и хорошо организованной структурой, состоящей из множества секторов, которые контролировали производство шерсти, шелка, хлопка, льна, меха, искусственных тканей, трикотажа, модных аксессуаров, а также создание моделей одежды[16]. Хотя два института конкурировали друг с другом, их функции пересекались лишь частично. ОДМО занимался прежде всего дизайном, тогда как ВИАлегпром был теснее связан с текстильным и швейным производством. В 1989 году ВИАлегпром сменил название, превратившись в Центр моды СССР, однако его устройство и принцип действия остались прежними. Работавшие там профессионалы координировали процессы дизайна, производства и сбыта одежды на национальном уровне. В сферу их деятельности входила организация многочисленных презентаций, заседаний и встреч с представителями индустрии и торговли. Ни один костюм не мог быть разработан, сшит или продан без их участия и одобрения. Сначала специалисты по текстилю и цветовым решениям информировали работников фабрик о новых модных трендах. По их инструкциям изготавливались образцы, после чего в Центре моды проводилась выставка, и жюри, состоявшее из сотрудников института, отбирало лучшие ткани для производства. Одежда, таким образом, шилась лишь из предварительно одобренных материалов. Эксперты по модному дизайну, конструированию и покрою платья координировали выбор цветов и стиля моделей, тогда как другая группа занималась технологической стороной производства, рассказывая работникам фабрик о новых достижениях в текстильной и швейной промышленности.

Таким образом, Центр моды занимал позицию основного координатора национальной текстильной и швейной индустрии. В сферу его деятельности входила также организация ежегодных художественных конференций для каждой из контролируемых им отраслей промышленности. Эти съезды служили площадкой непосредственного взаимодействия между представителями индустрии, специалистами Центра моды и связанными с ним художественными институтами, а также работниками Министерства легкой промышленности. Они давали возможность профессиональному жюри ознакомиться с последними достижениями отрасли, вынести свое суждение о них и присудить награды отличившимся предприятиям. По поручению Министерства легкой промышленности Центр моды также выступал организатором ежегодной оптовой торговой ярмарки, на которой фабричная администрация имела возможность пообщаться с представителями крупных торговых компаний. Одной из них была государственная компания «Росторгодежда», которая действовала как на национальном, так и на всесоюзном уровне. Кроме того, на ярмарках завязывались деловые контакты между фабриками и престижными универмагами, такими как московский ГУМ.



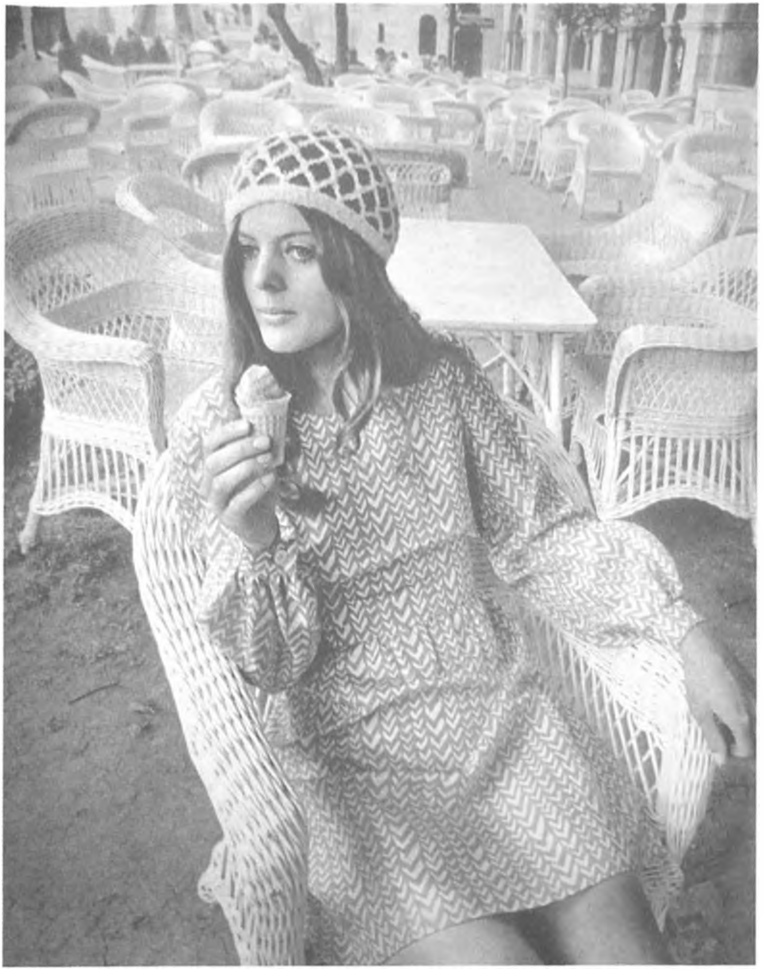
Ил. 6.9. Валериа Ковач на модном показе Clara Salon в наряде, созданном Верой Надор. Конец 1970-х

Этот многоуровневый административный механизм, сохранивший дееспособность до конца 1980-х годов, тормозил развитие моды в Советском Союзе. Бюрократия, главный враг перемен, жила своей собственной жизнью. Реформатор Михаил Горбачев со своей программой перестройки оказался бессилен перед лицом неподвижной бюрократической машины, так же как Хрущев 30 годами ранее. Даже когда высшие слои бюрократии, проникнувшись духом предпринимательства, начали, казалось бы, проявлять благосклонность к моде, в действительности мало что изменилось. В итоге Министерство легкой промышленности предписало текстильным фабрикам вводить в производство как можно меньше новых продуктов, поскольку их администрация спала летаргическим сном и не могла принимать конструктивные решения. В силу недостатка



Ил. 6.10. Советская коллекция на социалистическом конгрессе моды.
Мода стран социализма. 1985

личной инициативы управленцы следовали по пути наименьшего сопротивления и продолжали воспроизводить устаревшие ткани и расцветки, чтобы выполнить план без лишних усилий. Пытаясь справиться с этой ситуацией, Центр моды, в рамках проведения ежегодных съездов представителей индустрии, учредил специальный приз для компаний, представлявших новые ткани. Духу перемен соответствовали и ежегодные оптовые ярмарки конца 1980-х годов. В тесном сотрудничестве со специалистами центра, выступавшими в роли агентов инноваций, швейные фабрики выпускали пилотные коллекции. Те же специалисты занимались своего рода просветительской деятельностью, пытаясь убедить оптовых торговцев чаще обращать внимание на новые товары, чтобы открыть им дорогу на массовый рынок. Кроме того, в Центре моды каждую



Ил. 6.11. Модель платья, созданная дизайнерами Deutsches Modeinstitut. Sibylle. 1971, № 3

неделю проходили регулярные модные показы, задачей которых было развитие вкуса потребителей.

Страсть к наставлению и просвещению публики по-настоящему никогда не оставляла представителей социалистической культуры. Подиумные показы начали проходить повсеместно: теперь любой мог принять участие в сотворении мифа. Демонстрировавшиеся роскошные туалеты и в эстетическом, и в представительском отношениях идеально соответствовали канону социалистической моды (ил. 6.9). Валериа Ковач (Valéria Kovács), известная венгерская модель 1970-х и 1980-х годов, вспоминает, что в описываемый период проводились показы для руководителей торговых компаний и их западных деловых партнеров, сезонные демонстрации, организуемые центральным институтом моды и частными



Ил. 6.12. Первые летние платья. Žena a móda. 1977, № 4

салонами, шоу на будапештской международной ярмарке и показы, курируемые экспортной компанией Hungarotex. Список дополняли показы в универмагах и летние модные туры по небольшим городам и деревням, организуемые центральным модным институтом и государственной Национальной ассоциацией ремесленников (Országos Kisipari Szövetkezet, OKISZ)[17]. Элемент развлечения, шоу, постепенно стал важной составляющей этих мероприятий. На новогодние праздники или в международный женский день 8 марта руководители предприятий устраивали для сотрудниц посещение модных показов, сходных с театральными представлениями как по продолжительности, так и по наличию антрактов. Если в этих постановках участвовали популярные певцы, билеты на них всегда быстро распродавались, несмотря на то что они стоили дороже театральных.

Социалистические конгрессы моды проходили ежегодно вплоть до 1990 года. В Советском Союзе за их организацию отвечал Центр моды, тогда как сами выставляемые модели разрабатывались и производились специальным ателье в рамках ОДМО (ил. 6.10). Восточноевропейские центральные модные институты (Венгерский институт моды, польский Moda Polska, восточногерманский DMI и чехословацкий UBOK) также продолжали создавать коллекции для конгрессов моды. Этот процесс осуществлялся под контролем государства, а потому туалеты, выставлявшиеся на конгрессах, соответствовали канонам официально признанного мифологического дискурса. Это были идеальные объекты, вневременна́я природа которых не имела ничего общего с модным платьем как элементом подвижной, непрерывно меняющейся повседневной реальности (ил. 6.11, 6.12).

Слава Зайцев и социалистические дизайнеры

В 1960-е и 1970-е годы к миру советской моды присоединились дизайнеры, получившие профессиональную подготовку в стенах Текстильного института. Многие из них — такие, как Слава Зайцев, Тамара Мокеева, Татьяна Осьмеркина, Галина Гагарина и Лина Телегина — поступили на службу в ОДМО[18]. Их работы вскоре начали публиковаться в «Журнале мод». Перечисленные модельеры работали в специализированном экспериментальном ателье, задачей которого являлось создание представительского костюма для отечественных и зарубежных модных показов. Другие 60 дизайнеров ОДМО, как предполагалось, должны были разрабатывать модели одежды для промышленного производства — задача, которой также занимался Центр моды, наладивший в итоге механизм взаимодействия с предприятиями, закупавшими его индустриальные коллекции. Дизайнеры соответствующего отдела каждый месяц создавали четыре-пять образцов, которые подлежали критической оценке художественного совета, состоявшего из официальных представителей ОДМО. Модельеры боялись вынесения этого приговора, слишком хорошо сознавая, что замечание вроде: «Я бы ни за что такое не надела» — может свести на нет результаты работы нескольких месяцев[19]. Если сотрудники экспериментального ателье пользовались относительной творческой свободой и обладали некоторыми привилегиями (такими, например, как зарубежные поездки и доступ к западным модным журналам), то профессиональная судьба разработчиков индустриальных коллекций была печальна: их тщательно продуманные прототипы, поступив на фабрики, никогда — даже в 1980-е годы — не воспроизводились в исходном варианте.


3
4
5

Самые известные советские модельеры покупали привилегии ценой безоговорочного сотрудничества с государством. Блестящий выпускник московского Текстильного института Слава Зайцев в 1962 году был назначен художественным руководителем Экспериментально-технической швейной фабрики Мособлсовнархоза[20]. Выполняя заказ на разработку моделей телогреек — традиционной русской рабочей одежды, — Зайцев превратил скучную серую униформу в коллекцию сияющих красками нарядов, привлекшую внимание французского журнала Paris Match. В 1965 году модельер представил новую коллекцию в Москве. Вместе с ним в показе участвовали Пьер Карден, Марк Боан (модный Дом Dior) и Ги Ларош. Модели Зайцева сразу заслужили высокую оценку, а сам он занял пост художественного руководителя специального экспериментального ателье ОДМО — самый престижный из тех, на который мог рассчитывать советский модельер. Впрочем, деятельность Зайцева получила и более широкое признание. Влиятельное ежедневное американское модное издание Women's Wear Daily избрало его в качестве главного героя статьи «Короли моды», посвященной московскому модному показу. Иллюстрацией к ней служила фотография Зайцева в компании Кардена и Боана. Paris Match также опубликовал статью о Зайцеве под заголовком «Он диктует московскую моду» (ил. 6.13).

Интерес западного мира к модельеру, не побоявшемуся быть оригинальным, был исключительно высок. Зайцева даже прозвали «Красным Диором». Сам он вспоминал: «Директор был в ярости. Он вызвал меня в свой кабинет лишь для того, чтобы заявить: "У нас здесь, в Доме мод, не один, а шестьдесят Диоров"»[21]. В течение двадцати лет Зайцеву не позволялось выезжать на Запад, однако он пользовался репутацией самого уважаемого отечественного модельера и созданные им туалеты выставлялись на международных показах как лучшие образцы советской модной индустрии. Положение, в котором находился Зайцев, было парадоксально. Стремясь не терять связи с западной модой и изо всех сил стараясь быть в курсе последних тенденций[22], дизайнер в то же самое время послушно разрабатывал модели платьев на основе русского народного костюма; эти туалеты стали визитной карточкой его стиля и сделали ему имя — как дома, так и за границей. На Западе его нарядами восхищались, поскольку видели в них образ России как загадочной, далекой, экзотической страны. Дома их ценили, поскольку избранная Зайцевым эстетика не предполагала капитуляции перед идеей постоянных изменений, а используемые модельером цитации демонстрировали предпочтение национального визуального языка европейскому. Платья в этническом стиле в полной мере соответствовали официальной идеологии. В 1965 году, интуитивно почувствовав или осознав, что Запад и Восток с одинаковым воодушевлением относятся к русским

На с. слева: Ил. 6.13. Слава Зайцев. Модели пальто. Журнал мод. 1966, № 1



Ил. 6.14. Слава Зайцев и его модели. Советский экспорт (Soviet Export). 1975

народным мотивам в одежде, Зайцев создал коллекцию моделей под названием «Русская серия». В период с 1965 по 1976 год эти платья, украшенные этническим орнаментом, объехали весь мир от Канады до Японии, Франции, Италии и Югославии. Коллекция представлялась как разработка ОДМО: ее создатель не мог сопровождать свое детище (ил. 6.14).

Модели, вдохновленные русским этническим костюмом, принесли Славе Зайцеву огромную известность. И между тем в 1978 году он принял решение покинуть ОДМО[23]. Он поступил так, повинуясь внезапному импульсу. Однажды вечером, после двух модных показов в битком набитом зале московского кинотеатра, он вышел на улицу, где его ждали женщины — бедно одетые, в поношенных пальто. Они жаждали узнать, где можно купить такую шикарную одежду. Ответ на это был один: нигде. И Зайцев вдруг отчетливо осознал, что модные показы были всего лишь фарсом, что все это — ложь, и в особенности — народный орнамент. Он вовсе не нравился женщинам, изголодавшимся по красивой одежде. Принятое Зайцевым внезапное решение полностью изменило его положение в рамках советской системы; целый год после ухода из ОДМО все двери были перед ним закрыты. По словам модельера, он искренне верил в социализм и лишь в тот вечер 1978 года, наконец, осознал, что советская система с ее пристрастием к этническому стилю тормозит развитие моды.

В конце концов, в 1979 году, Зайцеву позволили открыть студию модного дизайна, созданную по принципу художественных ателье. Он остался на публичной арене: разрабатывал модели спортивной формы для советской олимпийской команды, написал книгу о моде, преподавал и создавал театральные костюмы. Его студия постепенно начала привлекать частных клиентов. Среди них были известные юристы, академики, представители шоу-бизнеса. В 1982 году Зайцев снова начал выставлять коллекции одежды, полностью изменив стиль. На подиуме демонстрировались классические английские твидовые костюмы и традиционные туалеты в стиле Шанель: клиенты Зайцева отдавали предпочтение элегантным женственным образам. Примечательно, что сам модельер в данном случае переключился с одного противоречащего подлинной моде высказывания на другое, заменив платья в этническом стиле самыми консервативными творениями буржуазной моды. В конце 1980-х годов ателье превратилось в Дом моды Славы Зайцева[24]. Благосклонное отношение властей к предпринимательству в период перестройки дало дизайнеру возможность демонстрировать свои модели под собственным именем, а также лично представлять их на Западе. И вскоре он мало-помалу снова начал создавать костюмы на основе этнического стиля. По словам самого Зайцева, он выступал против подобной эстетики в начале 1980-х годов, когда она навязывалась ему сверху, однако добровольно вернулся к ней в конце 1980-х, поскольку видел в себе прежде всего художника с русской душой[25]. Нельзя не признать, однако, что модельер отлично понимал, с каким интересом будут восприняты подобные модели на Западе. Он срывал искренние овации и был удостоен всяческих почестей, выставляя свои коллекции на подиумах Мюнхена, Стокгольма, Парижа, Ванкувера, Хельсинки, Рио-де-Жанейро, Бостона и многих других городов мира. Зачастую модели Зайцева демонстрировались в рамках «Русской недели» — программы культурных мероприятий, с помощью которой Россия в эпоху перестройки стремилась предстать перед Европой в новом образе — как динамичная, современная, открытая миру страна, не забывающая, однако, свои лучшие традиции. И Зайцев вновь как нельзя лучше вписался в этот мир, продемонстрировав способность соединить принципы социалистической моды с духом предпринимательства.

Использование этнических мотивов на закате социализма

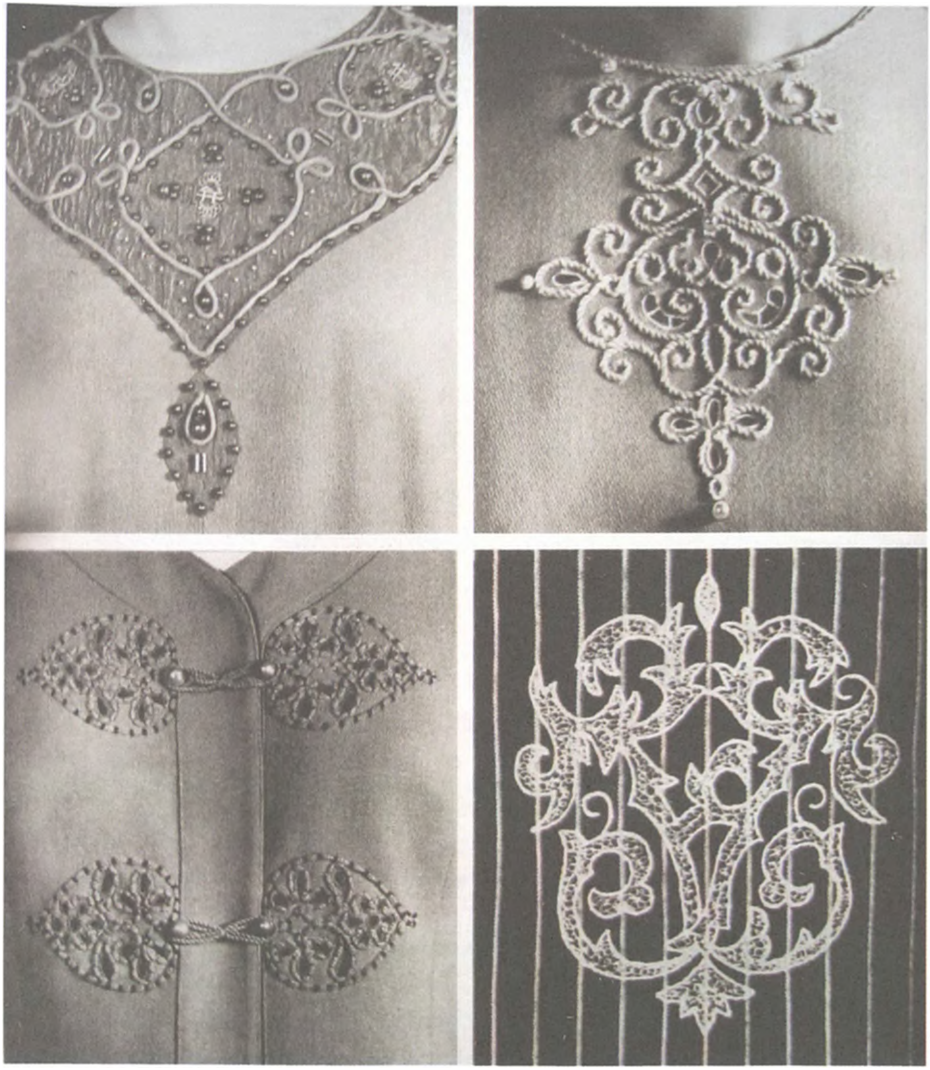
Для Славы Зайцева этнический орнамент был частью индивидуальной эстетики. Однако этот мотив, несомненно, имел и более общую символическую значимость в системе социалистической моды, и характер использования его



Ил. 6.15. Мисс Венгрия и другие. Nők lapja. Август 1968

Зайцевым отчасти отражал официальное отношение государства к наследию народной культуры и динамику изменения этого отношения. Став однажды важной составляющей социалистической моды, этнический орнамент уже никогда не исчезал из нее. Первоначально этнические образы служили идеологическим барьером на пути западных модных тенденций, однако на закате социализма они приобрели новые символические функции. Отечественные модницы прохладно относились к платьям, украшенным этническим орнаментом, а по мере развития второй экономики стало очевидно, что женщин невозможно заставить отказаться от западной моды как неотъемлемой составляющей повседневной жизни. Оказавшись неэффективным оружием в битве с чужеродными влияниями на отечественной территории, этнический стиль преимущественно использовался для ведения модных баталий за границей.

Например, в конце 1960-х годов платья, созданные венгерскими дизайнерами на основе народного костюма, динамично взаимодействовали с последними западными трендами в ходе организуемых государством модных показов на Западе. Стиль Веры Надор соединял этнические мотивы с актуальными модными тенденциями, идеально соответствуя эстетике социалистической моды. В статье «Мисс Венгрия и другие», опубликованной в журнале Nők lapja, сообщалось о модном показе, организованном Hungarotex и проходившем в Швеции и Финляндии в 1968 году (ил. 6.15)[26]. Официальной задачей роскошных презентаций, проводившихся в шикарных западных отелях, было развитие



Ил. 6.16. Модная вышивка. Журнал мод. Зима 1966–1967, № 4

венгерской экспортной торговли. Вместе с тем эти мероприятия преследовали и пропагандистские цели. По словам корреспондента Nők lapja, модели, выполненные с учетом последних модных тенденций, были отделаны венгерским народным орнаментом. Стильные коктейльные платья силуэта «принцесса» действительно отвечали моде конца 1960-х годов — так же как женственные туфли без задника на невысоком каблуке, украшенные цветочной вышивкой в тон платью. Головной убор с длинными лентами и узором из роз был позаимствован из традиционного народного костюма. Эта деталь являлась составляющей традиционной одежды самых разных представителей крестьянской



Ил. 6.17. Художественно-производственный кооператив Moda Damska. Дизайн платья на основе эстетики народного костюма. Poland. 1974, № 10

культуры центрально-европейского региона, но в рамках социалистического идеологического дискурса платье, вышивка и головной убор воплощали собой специфически венгерское наследие. Иллюстрирующий статью рисунок был стилизован, однако фотографии, сделанные во время шоу Hungarotex, прекрасно демонстрировали, с какой реальностью имели дело дизайнеры. Их модели служили репрезентацией воображаемого далекого прошлого, обнаруживая тем

самым статичность социалистического нарратива. И вместе с тем наряды, отделанные этнической вышивкой и кружевом, явно очаровывали Запад изяществом и оригинальностью, о чем торжествующе писала отечественная пресса.

Использование этнического орнамента в социалистической моде попрежнему имело идеологические функции. Подобные цитации идеально соответствовали позиции государства, проводившего политику изоляционизма, охваченного боязнью конкуренции и питающего иллюзии относительно собственной уникальности (ил. 6.16). На высшем представительском уровне одежда, украшенная народным орнаментом, рассматривалась как произведение искусства. В 1967 году сербский модельер Александар Йоксимович (Aleksandar Joksimović) представил публике коллекцию «Симонида». Эстетической основой богато украшенных туалетов служил шикарный византийский стиль легендарной сербской королевы. Искусно сочетая простой покрой с изысканными украшениями, Йоксимович создал образы, которые отечественная пресса немедленно окрестила первыми югославскими моделями от-кутюр. Показ коллекции проходил в роскошной обстановке, в зале фресок белградского Национального музея: помпезная эстетика, опирающаяся на национальное наследие, как нельзя лучше отвечала репрезентативным потребностям государства.

Западная мода в то время переживала мощное влияние культуры хиппи и космополитической иконографии, а потому также питала интерес к народному орнаменту, который, однако, использовала принципиально иначе. Этнические цитации в современной западной моде носили межнациональный и трансисторический характер. Дизайнеры, не задумываясь, заимствовали понравившиеся им мотивы, обращаясь к культуре Индии, Непала, России, Восточной Европы. В социалистической моде этнический орнамент, напротив, подчеркнуто встраивался в историю даже в тех случаях, когда украшал наряды в стиле хиппи. Признавая его творческий потенциал, Гражина Хасе (Grażyna Hase), художественный руководитель польского кооператива Moda Damska («Женская мода»), находила должным заметить: «Женщины в нарядах, сшитых из полосатых тканей из Ловича, или в длинных плиссированных скроенных по косой юбках с цветочным рисунком во множестве встречаются на улицах Варшавы. Мы адаптировали строгие линии костюма региона Подхале, так же как и красивый растительный орнамент; богатая вышивка региона Кашубия (золотая нить) используется для украшения вечерних платьев»[27]. Помимо этого, Хасе подчеркивала специфическую функцию нарядов, украшенных этническим орнаментом: эти роскошные, экзотические, изготовленные вручную изделия являлись ценным экспортным товаром, источником твердой валюты, остро необходимой социалистической экономике (ил. 6.17).

Первоначально кооператив Moda Damska занимался созданием одежды для многочисленных фольклорных танцевальных ансамблей, однако в середине



Ил. 6.18. Советская мода вышла на экспорт. Журнал мод. Лето 1967, № 2 (88)

1970-х годов предприятие начало в основном экспортировать свою продукцию на Запад: «Как в свое время дубленки из региона Закопане, наши последние коллекции на основе польского народного костюма выходят в свет. Их знают в Париже, Лондоне и Нью-Йорке, в Федеративной Республике Германия, Бельгии и Голландии»[28]. Работавшая в то же время польская фирма Cepelia имела торговые представительства в Брюсселе и Нью-Йорке и экспортировала свои изделия в 25 стран. Роскошные коллекции, которые Cepelia разрабатывала в сотрудничестве с Moda Polska, продавались в основном на европейском рынке[29]. Постоянное обращение к этническому орнаменту свидетельствовало и о другом существенном отличии социалистической моды от западной. Если последняя фрагментировала и искажала репрезентацию в процессе взаимодействия синхронического и диахронического уровней функционирования культуры, социалистическая мода полностью полагалась на репрезентацию — точно так же, как



Ил. 6.19. Обложка журнала Ez a divat. 1969

оригинальный народный костюм. Все попытки социалистических дизайнеров придать моделям актуальность и украсить этническим орнаментом наряды в стиле хиппи или модные мини-платья неизбежно опосредствовались народной традицией, вне зависимости от того, демонстрировались ли эти изделия в Sybille, Ez a divat, «Журнале мод» или отправлялись на экспорт (ил. 6.18, 6.19).

Модные журналы: глянец под контролем

На закате социализма несколько предприимчивых редакторов женских изданий начали проводить собственные модные фотосессии. Лидия Орлова, заведовавшая вопросами моды и интерьера в советском массовом журнале «Работница», с 1970 до 1986 год внесла в деятельность издания много нового[30].

Орлова подчеркивала: «Я полагала, что необходимо публиковать как можно больше сведений о западной моде, представлять ее в историческом и социальном контексте, чтобы преодолеть изоляционизм советской системы и повысить степень информированности публики»[31]. В журнале появились большие редакционные статьи, знакомящие читательниц с миром моды. Кроме того, в 1978 году Орловой удалось получить разрешение издателей немецкого журнала Burda перепечатывать их выкройки, что сразу же повысило ценность издания в глазах женщин[32]. К моменту ухода Орловой из редакции «Работницы» тираж журнала достиг 26 миллионов.

В марте 1987 года вышло в свет первое советское издание журнала Burda, напечатанное тиражом 240 тысяч экземпляров. Это было первое совместное предприятие представителей Советского Союза и Запада, осуществленное при абсолютной поддержке Горбачева[33]. Презентация нового издания в обладающем высокой символической значимостью Колонном зале Дома Союзов в Москве, а также связанная с этим событием встреча Раисы Горбачевой с госпожой Бурда получили громкий резонанс в средствах массовой информации. Издававшаяся в традиционном и функциональном стиле Burda удачно вписывалась в эстетическое пространство Советского Союза, переживающего период урегулирования отношений с Западом. Появление советской версии журнала приветствовалось как публикой, так и коммунистической газетой «Правда», которая с одобрением замечала, что Burda не гонится за последним криком моды, а представляет читателям практичную одежду для повседневной жизни.

За пару месяцев до описываемого события Лидия Орлова стала главным редактором трех советских модных журналов: «Журнала мод», «Моделей сезона» и «Моды стран социализма». В период перестройки их стиль и содержание претерпели изменения, для осуществления которых, однако, по-прежнему требовалось официальное одобрение. Орлова вспоминала: «Я считала, что Советский Союз заслуживает иметь собственный модный журнал, и билась за него. Я писала письма в коммунистическую газету "Правда", заручилась поддержкой секретаря Центрального комитета Коммунистической партии Александры Бирюковой и нашла подходящее издательство в Ленинграде. Когда к началу выпуска новой серии "Журнала мод" все было готово, выяснилось, что в типографии нет бумаги необходимого качества. Я опубликовала письмо по этому поводу в "Правде". Горбачев прочел его и пришел в ярость. Он вызвал Бирюкову, которая заверила его, что проблема уже решена. И действительно, ей удалось достать бумагу за один день»[34].

В 1988 году издание «Журнала мод» возобновилось. По этому поводу была устроена торжественная презентация, на которой присутствовала московская политическая и творческая элита, а также послы иностранных государств.



Ил. 6.20. Обложка журнала «Мода стран социализма». 1990

Из-за проблем с бумагой первоначальный тираж составлял всего один миллион экземпляров — спрос был гораздо выше, и журнал был распродан за пару часов. И по замыслу, и по исполнению «Журнал мод» действительно являлся первым настоящим модным изданием Советского Союза. Его студия находилась на Кузнецком мосту, исторически связанном с модой, и располагала новейшим фотографическим оборудованием. Над созданием журнала трудились модные журналисты, профессиональные фотографы и стилисты, один из корреспондентов работал в Париже. В редакционной статье первого номера Орлова писала, что в советских женщинах десятилетиями видели тружениц и спортсменок,



Ил. 6.21. Обложка журнала «Модели сезона». 1989, № 2

тогда как им хотелось быть «просто женщинами»[35]. В 1986 году на Западе подобное заявление вызвало бы яростный протест феминисток, однако в Советском Союзе эти слова звучали как призыв к освобождению. Содержание журнала позволяло сравнивать его с современными западными изданиями, однако авторы демонстрировавшихся моделей по-прежнему работали в ОДМО, а их творения все так же невозможно было купить в магазинах (ил. 6.20, 6.21).

К началу 1970-х годов Доротея Мелис покинула пост редактора отдела моды восточногерманского журнала Sibylle. Современный стиль издания

соответствовал оптимистическому метанарративу 1960-х годов, отражавшему надежды людей на экономические реформы. Вместе с тем модели, публиковавшиеся в Sibylle с середины 1970-х годов, отвечали устаревшим принципам помпезной эстетики, что свидетельствовало о возрождении мифологической реальности социалистической моды как раз в тот момент, когда Восточная Германия столкнулась с серьезным экономическим кризисом. В 1980-е годы венгерский журнал Pesti divat также начал проводить модные фотосессии. Представляя моду как феномен, обладающий собственным нарративом, эти фотоновеллы, на первый взгляд, напоминали образы, представляемые публике современными западными изданиями. Однако сами модели и выбиравшийся для них антураж (в частности, пышные музейные интерьеры) по-прежнему отсылали к представительскому стилю социалистической моды[36]. Женские журналы продолжали демонстрировать публике образцы одежды, созданные центральными модными институтами, поддерживая тем самым мифический статус социалистической моды.

Средний класс и закат социалистической моды

Негласный договор между социалистическими властями и средним классом постепенно пересматривался. Уровень информированности публики менялся, а ее потребительские амбиции становились все больше. Завоевав прочную позицию в обществе, средний класс заявлял о своих желаниях, среди которых мода занимала важное место. Контролируемые потребительские практики казались властям наименее рискованным механизмом социальной стратификации в якобы бесклассовом обществе, однако государство попросту не успевало удовлетворять растущие потребности граждан, одной из которых было обладание качественной современной одеждой. После проведения экономической реформы в Венгрии в 1968 году предприятия, под политическим давлением государства, начали работать над улучшением качества товаров отечественного рынка. В главных универмагах Будапешта, таких как Luxus, появились модные наряды. В отличие от изделий массового производства, они выпускались ограниченными партиями и стоили дорого[37]. Эксклюзивность способствовала дискриминации. В начале 1970-х годов венгерский центральный институт моды открыл собственный магазин, ориентированный на будапештских модниц. Здесь продавались небольшие коллекции платьев, выпускавшихся в ограниченном количестве[38]. «Дом современной одежды» в Праге также торговал высококачественными товарами и адаптировал западные модные тренды, подгоняя их под критерии социалистического хорошего вкуса. Эти модели

также производились небольшими партиями. Их создателями были дизайнеры «Института культуры быта и одежды» (UBOK), а также сотрудники бывших частных модных салонов и небольших специализированных ателье при крупных предприятиях[39]. Официально «Дом современной одежды» являлся лабораторией моды. Предполагалось, что небольшое количество выпускаемых здесь моделей позволяло дизайнерам успешно адаптировать новые западные тренды и служило гарантией качества. На деле эти модные и дорогие наряды предназначались для наиболее искушенных и процветающих представителей среднего класса. Польский центральный модный институт Moda Polska также открыл в Варшаве и других больших городах сеть элитарных магазинов, где можно было приобрести небольшие коллекции дорогих и традиционно элегантных платьев[40].

К началу 1980-х годов власти Восточной Германии, откликаясь на возросшую покупательную способность среднего класса и его тягу к красивой одежде, открыли сеть Exquisit, состоявшую из 400 магазинов. Продававшиеся здесь дорогие платья и модные аксессуары изготавливались из импортных материалов государственными фабриками. Главный модельер Exquisit Артур Винтер, ранее — ведущий дизайнер Германского института моды (DMI), выбрал несколько фабрик и нанял на работу их лучших дизайнеров[41]. Политбюро, первоначально с подозрением относившееся к Exquisit, вскоре оставило сомнение в идеологической благонадежности предприятия: сеть приносила государственной казне хороший доход. Средний класс охотно платил большие деньги за модную одежду и, в особенности, — за качественную обувь, которую иначе было просто не купить. Однако подобные элитарные магазины не могли удовлетворить растущий спрос публики, поскольку стиль продававшихся здесь нарядов был слишком предсказуем, а поставки ограничены.

Осуществление мечты среднего класса стало еще менее реальным в середине 1970-х годов, когда социалистическая экономика пошла на спад. В результате люди начали все больше полагаться на подпольные торговые каналы. Неформальная сеть деловых связей играла при социализме важную роль, позволяя людям справляться с проблемой приобретения дефицитных товаров. Описывая процессы потребления в разных типах экономики, Игорь Копытов замечал, что, оставив первоначальные попытки контролировать их политическими методами, социалистические власти в итоге создали «реальность, в рамках которой потребитель для приобретения товаров и услуг был вынужден сначала купить право доступа к торговым операциям» (Kopytoff 1986: 73). Как любая развивающаяся социальная прослойка, средний класс был заинтересован в легитимизации своего положения и стремился к обладанию всеми исторически полагавшимися ему статусными символами. Изучая Польшу начала 1980-х годов, Жанин Видель писала, что граждан страны разделяло не только

финансовое положение, но и доступ к нужным связям. Без них люди были «обречены на маргинальное положение в обществе» (Wedel 1986: 91). Вспоминая о своей жизни до эмиграции, кинокритик Майя Туровская описывала себя как типичного представителя советского среднего класса: она потратила много усилий на то, чтобы жить в хорошем районе, иметь автомобиль, шить одежду по индивидуальному заказу и посещать лучший парикмахерский салон Москвы. Профессиональный статус давал ей возможность пользоваться различными привилегиями, покупать наряды и ухаживать за своей внешностью. В итоге Туровская признавала, что в Советском Союзе можно прожить без денег, но нельзя — без связей (Туровская 2002)[42].

В период экономического спада средний класс стал еще изобретательнее. Модельер Ирина Крутикова рассказывала об иррациональной системе распределения импортных модных товаров: предназначенные, казалось бы, для удовлетворения капризов модниц-горожанок, эти вещи на деле практически никогда не доходили до своих потребителей: «Десять процентов импортируемых модных товаров попросту исчезали, поскольку их распределение регулировалось бюрократическими принципами функционирования огромного советского рынка, полностью лишенными логики. Можно было найти восхитительный трикотажный японский пуловер в какой-нибудь дыре, в сельском кооперативном магазине, на одном прилавке с молоком, хлебом и пакетами сахара. В Москве эту оригинальную вещь восприняли бы с восторгом, однако деревенским жителям больше нравилась привычная, традиционная одежда. Впрочем, лично я от этого только выиграла: работая с мехом, я ездила по провинциальным фабрикам, чтобы контролировать процесс производства моих моделей. Из этих путешествий я всегда возвращалась в Москву с новыми модными нарядами, которые находила в самых неожиданных местах»[43]. Благодаря растущему самосознанию среднего класса и временны́е, и эстетические репрезентации социалистической моды попросту потеряли смысл: слой общества, ранее способствовавший укреплению социалистической эстетики, теперь разрушал ее. Неудовлетворенные ассортиментом элитарных магазинов представители среднего класса, научившиеся лучше разбираться в моде, пытались взаимодействовать с ней напрямую. Они активно пользовались возможностями «второй экономики», реализуемыми при посредстве небольших частных предприятий, от модных ателье и бутиков до мастерских по починке обуви, парикмахерских и косметических салонов. В Венгрии с 1960 года два типа экономики, официальная и подпольная, существовали одновременно, дополняя друг друга (Hankiss 1990)[44]. В Советском Союзе активно действовали неформальные потребительские практики, основой которых служили «вторая экономика» и коррупция. При этом «власти следили за тем, чтобы эти практики в целом не противоречили целям и интересам партии, но, напротив, поддерживали их»



Ил. 6.22. Катя Филиппова. Модель платья. 1988

(Jowitt 1992: 121). Усвоение новых моделей потребления предполагало приобретение нового культурного капитала, в рамках которого официально пропагандируемая система представлений дополнялась разнообразными знаниями и навыками, источником которых служила современная западная культура. Это позволяло представителям социалистического среднего класса эффективно

взаимодействовать с обоими параллельно существующими типами реальности. Поскольку экономический капитал при социализме не пользовался официальным признанием, присвоение разнообразного культурного капитала играло для социалистического среднего класса особенно важную роль. Заграничные поездки, западные модные журналы, музыка и кинофильмы не только служили источником новых знаний и опыта, но и подталкивали людей к исследованию новых возможностей моды.

В Восточной Европе представители среднего класса не только покупали одежду за границей во время поездок, но также все чаще пользовались услугами отечественных магазинов, торгующих модными товарами, или обращались в маленькие ателье, где, в отличие от бутиков, торопившихся угнаться за последним криком моды, можно было купить оригинальные и действительно уникальные вещи. К концу 1980-х годов такие ателье появились как в Восточной Европе, так и в Советском Союзе. Их клиентами были молодые люди творческих профессий: писатели, актеры, режиссеры. К числу дизайнеров, ориентировавшихся на эту целевую группу, относились, например, Катя Филиппова и Катя Моссина, студия которых первоначально располагалась в обычной квартире на окраине Москвы. Их деятельность абсолютно не вписывалась в контекст советской централизованной индустрии моды. У них также не было ничего общего с умеренными социалистическими модельерами, которые прилежно копировали модели, позаимствованные из устаревших западных журналов. Филиппова и Моссина предлагали молодым людям ироничное, но яркое и красочное модное прочтение русской и советской реальности. Их кричащий стиль «трэш» полностью противоречил эстетике социалистической моды. Нарушив устоявшиеся границы, дизайнеры объявили тем самым о начале новых времен, репрезентацией которых должны были стать разнообразные модные практики 1990-х годов (ил. 6.22).

Таким образом, мода среднего класса развивалась в рамках усеченной, лимитированной версии буржуазной реальности, почти 30 лет существовавшей в социалистических странах одновременно с официальной культурой. На закате социализма чарующие флюиды западного мира постепенно стали неотъемлемой составляющей повседневной жизни. Жиль Липовецкий писал: «Империя эфемерного стала жизнерадостным могильщиком великих идеологий. Не принимая во внимание потребность отдельного индивида жить в настоящем, здесь и сейчас, эти идеологии принципиально противоречили сиюминутным желаниям людей» (Lipovetsky 1994: 210). Потребители равнодушно отвернулись от социалистической моды, и это приблизило ее закат. Это был серьезный вклад в создание альтернативной версии современности, основы и условия существования повседневной моды, верными адептами которой стали представители среднего класса.

ГЛАВА 7

Возрождение моды

В условиях социализма женщины не могли рассчитывать на то, что государство обеспечит их красивой и модной одеждой, и вынуждены были искать альтернативные пути ее приобретения. Женщины шили наряды сами, пользовались услугами портних, покупали вещи на черном рынке или в частных модных салонах. Основой этой деятельности служила хорошо налаженная сеть личных связей. С 1960-х годов неофициальные торговые каналы, с молчаливого одобрения властей, начали играть в жизни общества очень важную роль. Практики, связанные с приобретением одежды и уходом за внешностью, развивались в рамках «второй экономики», предлагавшей потребителям товары и услуги, качество которых значительно превосходило возможности государства. В контексте повседневной жизни западные модные тренды усваивались и адаптировались жителями социалистических стран. Стремление обладать недоступными и притягательными вещами соединялось у миллионов женщин с желанием выглядеть красиво и элегантно в обычной жизни. Их идеалом стал безукоризненный и в то же время нестандартный, индивидуальный внешний облик, и, чтобы добиться его, женщины были готовы на большие жертвы. Повседневная мода обитала в неоднородной материальной и символической реальности, основание которой составляли утопическая и социалистическая моды. В отличие от социалистической моды, повседневная мода подрывала основы системы, поскольку была органически связана с идеей изменения, подталкивала людей к выражению собственной индивидуальности и ломала лед социалистического изоляционизма. Она была неотъемлемой частью потока современной жизни, существовавшей независимо от официальной версии реальности и на закате социализма приобретшей особенную значимость. Существование этого мира, пусть фрагментарное и лимитированное, позволяло женщинам одеваться так, как им того хотелось. Деятельность черного рынка облегчила доступ к огромному разнообразию модных товаров и прежде всего — к тем, которые импортировались с Запада, всегда обладавшего для социалистических граждан неудержимой притягательностью.

Tête-a-tête с модой: сделай сам!

При социализме красивую и качественную повседневную одежду невозможно было купить в государственных магазинах. Фактически рынок был настолько ограничен, что женщины, даже поощряемые официальной идеологией, при всем желании не могли играть роль потребителей модной продукции. И вместе с тем, поскольку мода в определенный момент стала одной из составляющих одобренного властями культурного капитала, женские журналы советовали читательницам самим позаботиться о своем внешнем облике. Рубрики «Сделай сам» и выкройки, прилагавшиеся к изданиям, намекали на то, что барьер, отделяющий волшебный мир моды от унылой действительности, можно преодолеть, полагаясь лишь на собственные силы. В отличие от мифического пространства социалистической моды с его застывшей роскошью, повседневная мода, пропитанная духом динамичной и не подчиняющейся официальным предписаниям современности, поощряла изменения и индивидуальные предпочтения. Рекомендации в женских журналах, помогавшие читательницам шить одежду на дому, играли двоякую роль: с одной стороны, они удовлетворяли стремление женщин к красоте и элегантности и знакомили их с западными модными трендами, с другой — контролировали оба этих процесса.

В целом бумажные выкройки открывали доступ к двум разновидностям костюма: платье могло быть либо традиционно «милым», либо модным. Первое соответствовало эстетике социалистического хорошего вкуса, второе позволяло ненадолго заглянуть в сотворенный собственными руками мир западной моды. Образ неброского очарования доминировал: такие модели практически не выходили за границы дозволенного. Эстетика социалистической моды так настойчиво насаждалась средствами массовой информации, что женщины прочно усвоили свойственные ей концепты умеренности и скромности. Однако и такие платья нельзя было просто купить в магазине, так что женщинам приходилось довольствоваться самодельной версией официально признанного идеала. Это, впрочем, оставляло небольшое место для творчества — например, можно было выбрать индивидуально предпочитаемый цвет или использовать необычный материал. Поскольку власти втайне признавали необходимость существования такого костюма и его символическую значимость, ассортимент тканей для домашнего рукоделия был разнообразнее, чем выбор материалов, использовавшихся для массового фабричного производства (ил. 7.1).

Выкройки актуальных модных нарядов встречались реже, поскольку их стиль не столь органично соответствовал принципам социалистической эстетики. Эта реальность была принципиально динамична, модели менялись



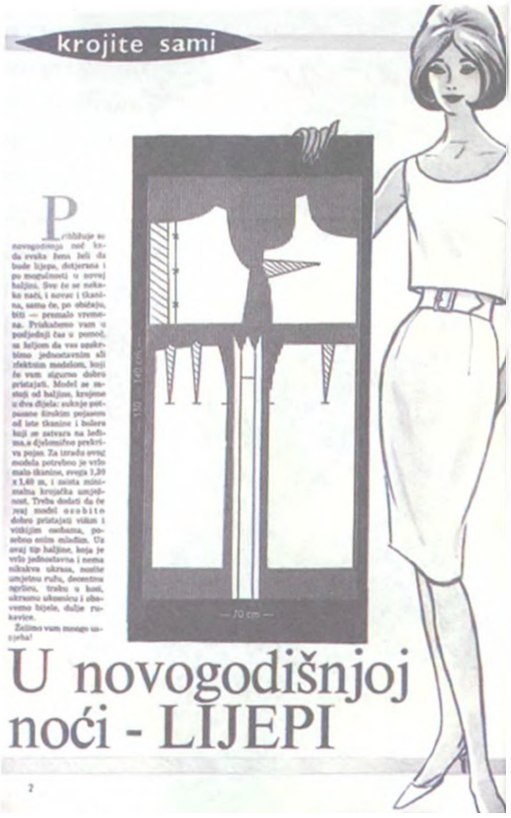
Ил. 7.1. Новые ткани. Работница. 1957, № 5

от сезона к сезону, а потому представляли собой скрытую угрозу для социалистического метанарратива. Подобные выкройки появлялись в женских журналах лишь изредка — в основном в тех случаях, когда государству требовалось репрезентировать волю к осуществлению экономических и политических реформ на визуальном уровне. Так или иначе, оба описанные типа костюма подчинялись идеологическому диктату эпохи. Выкройки служили идеальным посредником между государством и потребителем: они предоставляли женщинам доступ к желанным нарядам, освобождая при этом власти от ответственности за неэффективную организацию производства и распределения товаров.

Самодельное очарование

В январе 1964 года в журнале Svijet появился новый раздел: «Маленькая азбука кройки и шитья». Он был призван помочь женщинам шить одежду самостоятельно по журнальным выкройкам. Эти модели в значительной степени отличались от западных нарядов, изображения которых регулярно печатались на страницах журнала. Эстетика костюма, предназначенного для домашнего производства, имела мало общего с волшебным миром моды и основывалась на представлении о скромном очаровании и традиционной элегантности. Впрочем, в ноябрьском выпуске 1964 года Svijet рассказывал читательницам о моделях женских шляпок, входивших в последние западные коллекции. К материалу прилагались рекомендации, следуя которым, можно было самостоятельно сшить такую шляпку[1]. В другой статье содержались инструкции по изготовлению самодельного мехового воротника. Они начинались впечатляющими рекомендациями относительно того, как следует выделывать шкуру животного, прежде чем скроить ее по нужному лекалу, а также как склеить вместе кусочки меха на старом пальто, чтобы обновить его в соответствии с последним криком моды[2]. Подобные материалы пропагандировали неотделимые друг от друга идеи практичности и скромности. В другой постоянной рубрике Svijet, «Одна выкройка — три платья», сопровождавшейся девизом «Tête-a-tête с модой», была опубликована статья, гласившая: «"Одна выкройка — три платья" — кажется, это что-то из области магии. Но все так и есть в действительности. У трех представленных платьев один и тот же покрой, они отличаются лишь деталями, благодаря которым идея наряда меняется»[3].

Противостоящие друг другу образы дорого и модно наряженной дамы и домашней портнихи-любительницы уживались на страницах Svijet на протяжении всей истории его существования. Этот дуализм находил отражение в различных визуальных и языковых образах. Изысканная леди беспечно улыбалась с цветной фотографии, заимствованной из западного модного издания. В конце журнала располагались простые черно-белые рисунки моделей для рукодельниц. Два мира — фантастический и реальный — встречались в рубрике «Шьем сами», посвященной праздничным новогодним нарядам (ил. 7.2)[4]. Как утверждалось в статье, на новогодней вечеринке каждая женщина хочет выглядеть красивой и нарядной, но не у каждой есть время сшить вечернее платье самостоятельно. В качестве простого, но эффективного решения предлагалась модель обтягивающего белого платья в комплекте с широким поясом и болеро. К модели прилагалась выкройка и рекомендации: «Вы можете украсить или дополнить этот простой наряд шелковой розой, красивым колье, лентой для волос, декоративной заколкой и, обязательно, длинными белыми перчатками»[5]. Последний аксессуар служил нитью, соединяющей фантастический и недоступный большинству женщин мир элегантной роскоши с реальностью,





Ил. 7.2. В новогоднюю ночь — прекрасна. Svijet. 1964, № 24

Ил. 7.3. Одна выкройка — три платья. Рубрика журнала Svijet. 1976, № 24

в которой обитали измученные непосильным трудом жены и матери, тратившие немногое имевшееся у них свободное время на изготовление одежды. Svijet также печатал советы для полных дам. Этой теме была посвящена регулярная рубрика, где публиковались материалы западных модных журналов, а дефекты расплывшегося женского тела прикрывались и маскировались стильной европейской одеждой. Сами рекомендации были очевидны: следовало отдавать предпочтение вертикальным линиям, простому силуэту и длинным бусам. Дорогие ткани, идеальное исполнение и стильные аксессуары недвусмысленно подтверждали: женщина может выглядеть безупречно и элегантно даже в том случае, если она страдает избыточным весом (ил. 7.3)[6].

Модные журналы не обходили вниманием ни одну ситуацию, с которой могла столкнуться женщина в повседневной жизни: для каждой из них находились соответствующие рисунок или фотография наряда, к которым прилагалась выкройка. Модели практичных костюмов, платьев, спортивной одежды, публиковавшиеся в разделах, посвященных рукоделию, апеллировали



Ил. 7.4. Чарльстон! Самба! Ча-ча-ча! Румба!.
Świat Mody. Зима 1961–1962, № 50

к стремлению женщин одеваться красиво каждый день. В 1968 году чехословацкий иллюстрированный еженедельник Květy («Цветы») и венгерский женский журнал Nők lapja в буквальном смысле приручили и «одомашнили» образ молодежного мини-платья с силуэтом «трапеция». Демонстрировавшие эту модель девушки были причесаны и накрашены по европейской моде 1960-х годов, однако сам наряд в описании превратился в фартук, и в журнале имелись инструкции по его изготовлению[7]. Женские журналы сглаживали

и смягчали радикальные модные тенденции, вне зависимости от того, о каких моделях шла речь — о домашней одежде или о вечерних платьях. Последние пользовались особенным вниманием не только потому, что их трудно было найти в магазинах, но и потому, что женщины страстно мечтали иметь красивые наряды для особых случаев. Świat Mody опубликовал рисунки платьев, предназначенных для экзотических танцев, таких как чарльстон, ча-ча-ча, самба и румба (ил. 7.4)[8]. К ним прилагались выкройки, однако доморощенные портнихи вряд ли смогли бы изготовить такие экстравагантные наряды. У них был сложный крой, включающий в себя использование драпировки, оборок, кружева и тафты, а их производство требовало высокого уровня мастерства, которым могла похвастаться не каждая профессиональная портниха. Тем не менее подобные выкройки были очень популярны. Репрезентируемая ими традиционная эстетика соответствовала медленному течению социалистического времени. Кроме того, такие платья нравились читательницам: они подчеркивали их женственность и обнаруживали связь с последними модными тенденциями. Обитатели идеологического и экономического Лимбо обладали специфическими представлениями об идеальном внешнем облике, основой которых служили недостаток информации о современной европейской моде и официальные социалистические гендерные и эстетические концепты[9].

Характер восприятия и адаптации западной моды обусловливался культурной изоляцией страны и ограниченными материальными ресурсами ее граждан. Одобренный властями вечный шик Шанель нравился многим женщинам, предпочитавшим элегантность ее моделей новым модным трендам. Не столь важно, что служило этому главной причиной — влияние официальной идеи «хорошего вкуса» или недостаток средств, не позволявший женщинам менять гардероб каждый сезон. Так или иначе, костюм в стиле «от Шанель» казался идеальным решением, и этот выбор поощрялся официальной пропагандой. Шить подобные костюмы женщинам, однако, предлагалось самостоятельно. В 1971 году журнал Žena a móda опубликовал в одном номере две статьи, посвященные Шанель. Первая рассказывала о дизайнере и ее последней коллекции[10], вторая представляла читателям два костюма в стиле Шанель[11]. Она была опубликована в рубрике, посвященной рукоделию. Примечательно, что описываемые наряды предлагалось не шить из фирменного для Шанель мягкого твида, а вязать (ил. 7.5). Инструкции по изготовлению скромного, но привлекательного наряда содержались и в «Кратком курсе шитья» в журнале Praktische mode. Костюм состоял из черной юбки и белой блузы и предназначался для новогодней вечеринки. Оба предложенные здесь наряда выглядели сдержанно, однако оборки на блузке придавали им определенный шарм[12]. Подобно костюмам в стиле Шанель, простые модели с выкройками, демонстрировавшиеся





Ил. 7.5. Вязаные костюмы в стиле Шанель. Žena a móda. 1971, № 8

Ил. 7.6. Модели платьев, снабженные выкройками. Modenschau. 1962, № 61

в Praktische Mode, в соответствии с эстетикой социалистического хорошего вкуса соединяли в себе функциональность и очарование (ил. 7.6).

Потребности среднего класса росли, поэтому с конца 1960-х годов женщины Восточной Германии все чаще шили одежду самостоятельно. При этом, согласно данным исследования рынка, многие из них имели доход, превышающий средний уровень[13]. Подобной портнихой-любительницей могла бы быть описанная в журнале Sibylle идеальная современная женщина — «образованная, умная, самодостаточная и способная оставаться молодой долгое время»[14]. Очевидно, что ей была необходима «добротная, функциональная одежда простого покроя, изготовленная из простых в уходе синтетических тканей»[15]. В магазинах такая одежда отсутствовала, поэтому женщины конструировали свой внешний облик с помощью журнальных советов и выкроек. Во всех странах Восточной Европы пользовались популярностью курсы кройки и шитья, благодаря которым целые поколения женщин превратились в умелых портних. Настойчивость и знания давали им возможность контролировать ситуацию. Выражаясь словами Мишеля де Серто, они усвоили тактики, позволявшие им взаимодействовать с официальными стратегиями. По мысли Серто, стратегия стремится завладеть видимым и четко определенным пространством, обрести власть над временем и знанием, чтобы демонстрировать свое могущество; в противоположность ей

тактика — это «искусство слабости», и она имеет дело с фрагментарным, рассеянным пространством и временем (Certeau 1988: 35–38).

Поскольку развитие индустрии по-прежнему не могло угнаться за быстро растущими потребительскими запросами, женские журналы во всех социалистических странах стремились исправить эту ситуацию, предлагая читательницам более качественные товары — хотя бы в их бумажном варианте. Svijet заключил договор о сотрудничестве с западногерманским модным изданием Neue Mode[16]. Хотя немецкие выкройки и не отражали последний крик моды, они обладали другими, возможно, более притягательными достоинствами — такими, как достоверность, точность и техническое совершенство. Искушенные читатели прекрасно понимали, что эти качества служат непосредственным условием достижения желаемого результата — приобретения красивой одежды. В конце 1960-х годов Nők lapja также начал сотрудничать с немецким журналом Burda. В Советском Союзе Burda была своего рода культовым изданием: выкройки, предлагаемые отечественными журналами, часто были неточны. Однако этот журнал можно было достать только на черном рынке. Положение изменилось лишь в 1978 году, когда популярный журнал «Работница» получил от самой госпожи Бурда право на бесплатное воспроизведение немецких выкроек.

Мода своими руками

Две умелые руки, отрез ткани и выкройка — этого было достаточно, чтобы на свет появилось красивое, женственное платье, а возможно, даже наряд, отвечающий последнему крику моды. Костюм, сшитый собственными руками, не только удовлетворял индивидуальные запросы его обладательницы, но и концентрировал в себе идею времени, не свойственную социалистическому метанарративу, а потому составлявшую для него скрытую угрозу. Выкройки, прилагавшиеся к западным женским журналам, которые приобретались во время редких выездов за границу или на черном рынке, облегчали доступ к самодельной моде. Социалистические издания, в основном проповедовавшие эстетику «хорошего вкуса», также время от времени публиковали выкройки актуальных западных моделей, приоткрывая тем самым окно в современность (ил. 7.7). Если желанную вещь — например, шорты — невозможно было найти в магазинах, югославское издание Svijet печатало инструкции по их изготовлению, поддерживая тягу читательниц к обладанию модным нарядом: «Вы не можете бороться против шорт, вам остается только присоединиться!» Женщинам рассказывали, как следует и не следует носить шорты, а также как сшить блузку-безрукавку в комплект к ним[17].

Когда редактором восточногерманского журнала Sibylle была Доротея Мелис, он напоминал изысканные западные модные издания — и вместе с тем



Ил. 7.7. Модели платьев с приложением выкроек. Świat Mody. Весна 1969, № 79

существенно отличался от них. Мелис оживила эстетику журнала, начав публиковать выкройки модной одежды в регулярной редакторской рубрике под названием Sibylle Modelle («Модели Sybille»). Представленные здесь костюмы были, как правило, недоступны для потребителей, поскольку являлись частью эксклюзивных сезонных коллекций, создаваемых модельерами Deutsches Modeinstitut, или представляли собой идеально выполненные уникальные изделия специалистов государственного предприятия VEB Masatelier. Иногда по-



Ил. 7.8, 7.9. Модели Sibylle. Sibylle. 1964, № 2

добные наряды специально разрабатывались дизайнерами журнала для фотосессий, проводившихся известными и талантливыми фотографами. Скромные выкройки, прилагавшиеся к журналу, помогали Sibylle органично вписаться в актуальный молодежный нарратив 1960-х годов (ил. 7.8, 7.9)[18].

Демонстрируя последние западные модели, социалистические издания в основном ориентировались на молодую городскую аудиторию. В публикации Žena a móda, под заголовком «Шьем себе дома сами» были представлены рисунки нескольких практичных платьев-«рубашек», однако почетное место отводилось фотографии, занимавшей целую страницу. На ней была изображена девушка в длинной пышной юбке с широким поясом, плотно обхватывавшим талию. Черный свитер с высоким воротом и туфли на низком каблуке указывали на то, что юная красавица собралась отправиться в джаз-клуб, а не на классическую танцплощадку (ил. 7.10)[19].



Польский модельер Барбара Хофф (Barbara Hoff) представляла публике молодежные модели в издании Przekryj. Они были ориентированы на молодых людей: платья с юбкой-бочонком, маленькие костюмы, летние наряды, облегающие фигуру, бикини à la Брижит Бардо, белые блузки в мужском стиле, пляжные шорты и узкие полосатые брюки. Их демонстрировали юные модели с длинными распущенными или собранными в хвосты волосами. Декорацией служили улица или пляж. Стиль фотографий был призван вызывать ощущение неформальной атмосферы, однако сопровождавшие их материалы всегда содержали практические советы. С помощью рисунков и рекомендаций Хофф подсказывала молодым полькам, как выбрать правильную длину платья или не ошибиться с материалом, чтобы составить гардероб, который нельзя было купить в магазинах. Она тщательно подбирала для своих моделей актуальные клетчатые или полосатые ткани и подсказывала читателям, где их можно найти, делая моду доступной для честолюбивых рукодельниц. Несмотря на то что речь шла о молодежном стиле, интонации материалов, публиковавшихся в рубрике «Сделай сам», были весьма серьезны. Хофф в полной мере сознавала, насколько важно удовлетворить растущую потребность городских женщин в обретении собственного индивидуального стиля. Кроме того, коллекции Хофф составляли эксклюзивную собственность Przekryj и защищались законом об авторском праве[20]. Хофф хорошо знала свою аудиторию. В начале 1960-х годов иностранцы отмечали, как тщательно молодые польки следят за модой. Морис Хиндус замечал: «Прическа Брижит Бардо завладела воображением множества молодых польских женщин» (Hindus 1962: 508). В 1960 году одна молодая американка замечала: «Девушки Варшавы одеваются абсолютно во французском стиле. Это не высокая мода, но скорее стиль молодых симпатичных студенток и "белых воротничков", представляемый французскими журналами вроде Elle. Именно такую одежду предпочитает главный экспортный товар Франции, мисс Бардо, которой мы обязаны тем, что так много молодых польских девушек носят на голове высоко зачесанные и растрепанные космы»[21].

Модные услуги при социализме

Хотя официальные модные журналы побуждали женщин самостоятельно шить себе модную одежду, институт ее изготовления в действительности был органичной составляющей огромного и разнообразного мира повседневной реальности, не поддающейся тотальному контролю государства. Портнихи в социалистических странах работали по-разному. Существовали швеи, посещавшие клиентов на дому, чтобы сшить новый наряд или обновить старый,

На с. слева: Ил. 7.10. Шьем дома сами. Žena a móda. 1958, № 2


2 8458
2 8459

мелкие предпринимательницы, превращавшие свои квартиры в частные мастерские, и владелицы уважаемых и хорошо известных ателье, пытавшиеся создать нечто вроде социалистической версии моды от-кутюр. В Восточной Европе выбор был достаточно широк, и это позволяло женщинам приобретать наряды, которые им хотелось иметь (ил. 7.11).

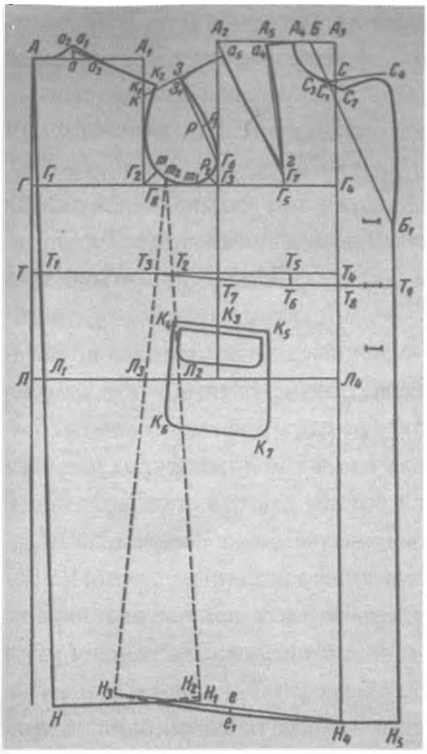
Культурное пространство Советского Союза отличалось большей степенью изоляции, поэтому во взаимодействии между тягой к современной одежде и общим социальным порядком прослеживалась иная динамика. Официально признавались лишь два типа изготовления одежды: массовое производство, осуществлявшееся крупными предприятиями, и индивидуальный пошив в государственных ателье. Последние появились в СССР в середине 1930-х годов. Первоначально они обслуживали лишь представителей привилегированных социальных групп, начиная со стахановцев и заканчивая высшими слоями номенклатуры. С 1950-х годов количество модных ателье увеличилось, а их клиентура стала гораздо разнообразнее. Теперь любой мог воспользоваться услугами модных салонов, существование которых компенсировало низкое качество и ограниченный ассортимент готовой одежды[22]. Однако не все государственные ателье были одинаковы. Некоторые из них были непосредственно связаны с определенными профсоюзами, и благодаря этому представители более престижных профессий — политики, писатели, космонавты и спортсмены — оказывались в более привилегированном положении по сравнению с остальными гражданами. В таких ателье можно было гарантированно найти отличные импортные ткани и хороших мастеров. Известный кинокритик Майя Туровская пользовалась услугами ателье Литфонда. Во время официального визита в Мюнхен в 1967 году она вызвала изумление немецкой знакомой, рассказав, что ее «элегантный костюмчик» сшит по индивидуальному заказу. Европейские интеллектуалы не могли себе этого позволить. Услышав это, Туровская попыталась объяснить, что ей это стоило очень дешево, а кроме того красивую одежду все равно невозможно купить в магазине (Туровская 2002). «Люди шли в ателье, если хотели иметь вещь, которая была бы хоть немного привлекательнее унылого серого платья скверного качества вроде тех, что продавались в магазинах», — утверждала Татьяна Козлова. Она отмечала, что в зависимости от качества используемых материалов ателье делились на три категории. Козлова принадлежала к разряду творческой интеллигенции и шила себе наряды в государственном ателье, которым руководила дизайнер Анна Левашова[23].

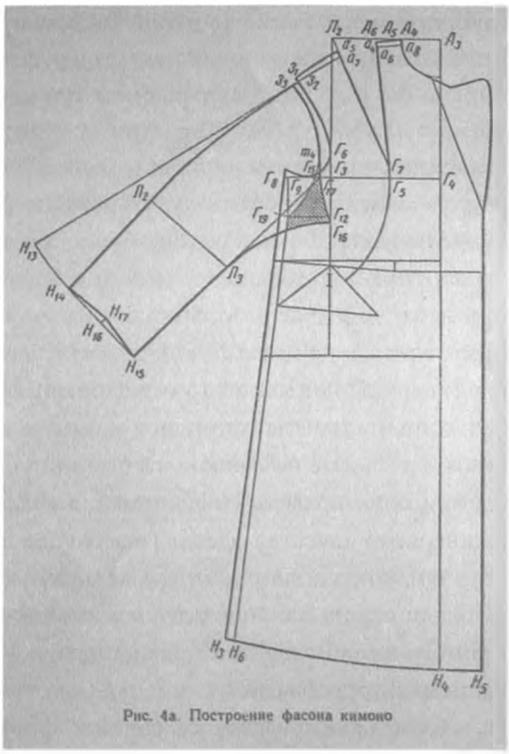
Это ателье, Специальное художественно-конструкторское бюро (СХКБ), было основано в 1960-е годы под эгидой Мосгорсовнархоза (Совета народного

На с. слева: Ил. 7.11. Костюмы индивидуального пошива, изготовленные чехословацким салоном Styl. Žena a móda. 1971, № 7

хозяйства Московского городского экономического района). Предполагалось, что группа работавших здесь молодых профессиональных дизайнеров будет шить костюмы по индивидуальным заказам, а также небольшие партии высококачественной одежды. Последняя цель так никогда и не была достигнута, в силу специфики плохо развитой и бюрократизированной системы советской швейной промышленности. Вместе с тем, воспользовавшись связями в политических кругах и проявив изобретательность, Левашова получила возможность производить небольшие партии моделей на двух фабриках: маленьком и технологически устаревшем московском предприятии «Березка», которое специализировалось на пошиве нижнего белья, и более крупной фабрике «Измайлово», бесперебойно выпускавшей коллекции унылой советской верхней одежды. Даже в этих тяжелых условиях мастерам ателье Левашовой удавалось создавать стильные и актуальные наряды. Они производились маленькими партиями, которые, разумеется, не могли насытить огромный советский рынок: обычно каждая модель выпускалась в количестве всего пятисот экземпляров. Однако власти с радостью ссылались на эти коллекции как на свидетельство благополучного положения советского производства, и те счастливчики, которым все же удавалось обнаружить хороший костюм в отечественном магазине, были очень довольны.

Ателье занималось также пошивом одежды по индивидуальным заказам, однако эта деятельность не афишировалась. Лидия Орлова, постоянная клиентка Левашовой, вспоминала, что у ателье не было ни вывески, ни нормального парадного входа. Туда можно было попасть только со двора, через боковую дверь, предназначенную для сотрудников[24]. В большом и светлом помещении СХКБ были представлены изысканные платья, изготовленные по выкройкам Диора для представителей высших слоев социалистического среднего класса. Они служили свидетельством того, что власти, позаботившиеся о демонстрации коллекции Диора в Москве в 1959 году, по-прежнему очарованы высокой модой. Мечта нарядить все женское население Советского Союза в платья от Диора не умерла и в эпоху Хрущева, несмотря на негативное отношение последнего к сталинскому мифу. Официальные делегации под руководством Левашовой регулярно посещали модные показы в Париже, и Левашова даже получила право пользоваться выкройками моделей Диора, что позволило ее ателье создавать стильные наряды для своих клиентов из числа представителей творческой элиты и других привилегированных групп общества[25]. Впрочем, в Москве были сотни других ателье. Многие из них отличались узкой специализацией, то есть занимались изготовлением лишь той или иной определенной разновидности одежды: блузок, шляп, трикотажных изделий, свадебных платьев, нарядов для полных женщин[26]. Формально считалось, что все ателье одинаковы, однако на деле предприятия, ориентированные на элиту





Ил. 7.12. Бондарев С.Д. Конструирование женского пальто модного покроя. Красивая одежда: Из опыта работы моск<овского> ателье. 1958. С. 94

Ил. 7.13. Бондарев С.Д. Там же. С. 105

и на обычных потребителей, разительно отличались. В обычных ателье также шили одежду на заказ, однако выбор материалов здесь был скудным, а качество продукции часто оставляло желать лучшего. Порицая государственные салоны за низкий уровень обслуживания, популярный журнал «Работница» требовал: «Пустите моду в ателье!»[27] Несмотря на высокие цены и, казалось бы, обязательный индивидуальный подход, государственные ателье взяли на вооружение неэффективные методы работы, принятые на промышленном производстве. В частности, широкое распространение получил бригадный метод, при котором каждый работник изготавливал отдельный фрагмент изделия (Малинина 1958). Подобная организация труда, напоминающая военный порядок, делала процесс производства сугубо механическим и не оставляла места для творчества. В довершение всего мастера в обычных ателье, как правило, мало заботились об особенностях фигуры заказчика или их индивидуальных предпочтениях (ил. 7.12, 7.13).

Таким образом, для большинства советских женщин услуги умелых портних были едва ли не единственной возможностью красиво одеться, или, иначе

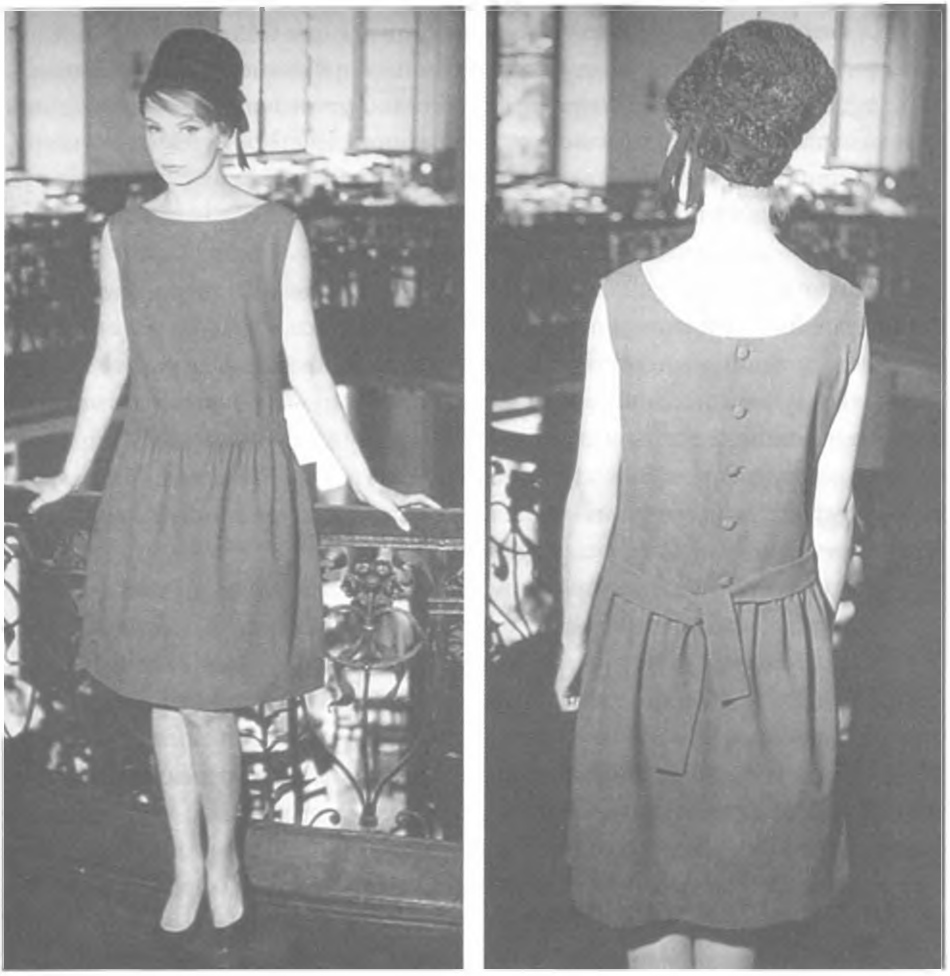
говоря, бросить вызов социалистическому культурному изоляционизму. Алена Долецкая, первый главный редактор русского Vogue, вспоминает, что портниха приходила к ее маме дважды или трижды в год, чтобы сшить новые платья. Мама была хирургом и не слишком интересовалась последними модными тенденциями, однако наряды, которые она придумывала вместе с портнихой, вполне соответствовали духу времени. Долецкая даже называла эти платья «модельными», поскольку они были оригинальны и хорошо пошиты[28]. Услугами портних пользовались очень многие, но и заказчику, и мастеру приходилось при этом соблюдать осторожность, поскольку институт частного предпринимательства не имел легального статуса. Последнее, однако, никого не останавливало. Подпольная армия скромных незаметных тружениц взяла на себя функции *couturières*, опираясь лишь на собственные профессиональные навыки и добытые по случаю старые выпуски западных модных журналов. Они были незаменимыми союзницами женщин в борьбе против стандартизации и скверного качества одежды массового производства. Даже во времена перестройки, когда появились первые маленькие частные магазины, портнихи продолжали играть важную роль в жизни модниц: качеством сшитые ими наряды намного превосходили образцы дешевой западной одежды, поставлявшейся частными торговцами.

Советские средства массовой информации никогда не упоминали об этих тайных агентах моды, царивших в мире подпольной модной индустрии. В Восточной Европе, однако, они получили официальное признание. Венгерское руководство по этикету 1960 года гласило: «Если женщина способна к рукоделию и обладает необходимыми навыками, она может самостоятельно шить себе одежду. Если же нет, то почему не обратиться за помощью к умелому couturière или к частной портнихе?»[29] Серые фланелевые костюмы-тройки Аги Облат (Agi Oblath), высокопоставленной венгерской чиновницы, были изготовлены отечественным модельером Верой Надор, бывшей сторонницей сдержанности и умеренности. Облат утверждала, что эти классические, прекрасно пошитые наряды идеально подходили ей для работы. Вместе с тем она заказывала платья и в Conchita, маленьком модном салоне, владелицей которого была госпожа Жока (Zsóka), которая охотно шила для своих клиентов наряды в западном стиле[30]. До Второй мировой войны госпожа Жока уже была хорошо известной портнихой. Довоенный культурный и символический капитал делал ее модели исключительно притягательными для верхушки нового среднего класса. С другой стороны, подобные клиенты располагали относительной свободой, им были доступны зарубежные поездки, что придавало несомненный шарм салону Жока: сама она была лишена возможности путешествовать на Запад. Когда Аги Облат принесла госпоже Жока отрез твида, который ее муж приобрел во время заграничной командировки, обе стороны подробно обсудили будущий

наряд. После продолжительной и серьезной дискуссии Облат и госпожа Жока решили, что лучше всего будет сшить из этой ткани костюм в стиле Шанель[31].

Госпожа Жока сумела сохранить свой салон после войны, хотя последний стал меньше, а его местоположение — менее привлекательно. Между тем другое предприятие, ателье Клары Ротшильд, располагалось в центре Будапешта. Здесь можно было найти самые лучшие ткани: Ротшильд была на хорошем счету у властей и поддерживала деловые связи с европейскими дизайнерами. По словам Каталины Дожа (Katalin Dózsa), выставочные модели Ротшильд не отличались идеальным пошивом, поскольку изготавливались в спешке, через неделю после возвращения владелицы салона с парижских показов. Однако эти наряды обладали другими несомненными достоинствами: они шились из отличных материалов и были всегда актуальны, поскольку представляли собой копии моделей ведущих французских дизайнеров. Цены в салоне Ротшильд были вдвое выше, чем в государственных магазинах, но это воспринималось как норма, поскольку речь шла о модных вещах ручной работы[32].

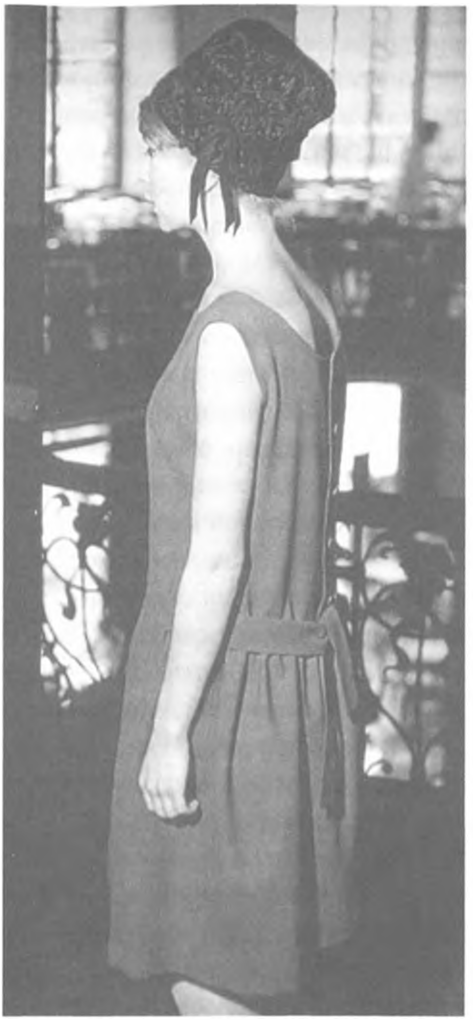
Непростые символические взаимодействия между средним классом и социалистическими couturiere выстраивались и в Югославии. Владелицы самых престижных модных салонов Загреба, такие как Жужи Елинек, Тильда Степинска и Терка Тончич (Terka Tončić), также опирались в своей работе на довоенный культурный багаж. В обществе приобретали популярность новые цивилизующие ритуалы и правила этикета, и модная одежда служила одним из посредников, облегчающих их усвоение. В 1961 году Жужи Елинек посвятила целую главу своей книги «Тайна хорошо одетой женщины» отношениям между портнихой и ее клиенткой. Ненавязчиво знакомя читателей с правилами хорошего тона, Елинек подчеркивала, что представители ее профессии играют роль своего рода культурных агентов. Она писала, что портным приходится учить французский и итальянский языки, чтобы читать ведущие модные журналы и первыми (и, разумеется, раньше собственных клиентов) получать информацию о последних модных трендах (Jelinek 1961: 159). В конце 1950-х годов одной из клиенток Елинек была Магда Велтруски, модный редактор журнала Svijet. Она вспоминала: «Я одевалась у Жужи Елинек до того, как вышла замуж. Это и правда стоило очень дорого, но за все платил мой отец. После свадьбы деньги в основном тратились на приобретение и обустройство дома. Это было время великолепных модных салонов, но Жужи мне нравилась больше всех. У нее всегда были последние модные журналы, например Vogue. Можно было полистать их, выбрать понравившиеся модель и материал: Жужи шила платья из тканей, приобретенных на Западе. Ее нельзя назвать настоящим дизайнером, но портнихой она, без сомнения, была прекрасной. В этих журналах не было выкроек, но Жужи могла воспроизвести покрой, просто взглянув на картинку. Впрочем, чтобы добиться желаемого результата, клиентам следовало быть внимательными и деятельными.



Ил. 7.14. Маргит Силвицки. Model Divat Stúdió. Коллекция 1959–1960

Однажды я доверила ей выбор ткани и покроя платья, а в итоге получила наряд, который так никогда и не надела»[33]. Прекрасно пошитые костюмы Елинек 1950-х и 1960-х годов соответствовали канону традиционной элегантности. Как правило, это были платья в комплекте с жакетом или коктейльные наряды. Они стоили дорого, однако в те времена в Хорватии услуги частного салона были единственной возможностью приобрести стильный гардероб[34]. Елинек установила и поддерживала тесный контакт с властями, поэтому в ее салоне одевалась бóльшая часть политической элиты. Впрочем, у нее имелись и конкуренты. Например, Тильда Степинска сумела сохранить довоенную клиентуру, а также шила одежду для наиболее значимых представителей хорватской номенклатуры[35].

На протяжении 1960-х годов венгерский дизайнер Маргит Силвицки обшивала высокопоставленных клиентов в «Студии модельного дизайна» (Model





Divat Stúdió) в Будапеште[36]. После окончания факультета модного дизайна Академии прикладных искусств в середине 1950-х годов Силвицки поступила на работу в издательский дом Corvina. В период десталинизации общественной жизни искусство и мода чувствовали себя свободнее. Так что в обязанности Силвицки входило копирование рисунков моделей из последних западных модных журналов, таких как Vogue, Harper's Bazaar, L'Officiel и Jardin des modes. Таким образом, к 1958 году, когда Силвицки при содействии коллег основала Model Divat Stúdió, она уже хорошо разбиралась в тонкостях европейской моды. Ее любимцами были Баленсиага, Диор и Ив Сен-Лоран, однако сама она не занималась созданием моделей в стиле от-кутюр. Вместо этого Силвицки сделала акцент на идее свойственной парижским дизайнерам элегантной простоты, адресуя свои работы молодой деловой женщине (ил. 7.14).

Не будучи домохозяйкой, эта женщина, образованная и профессиональная представительница среднего класса, не имела ничего общего с фабричной работницей. Режим Яноша Кадара стремился завоевать расположение этой социальной группы, так что Model Divat Stúdió пользовалась полной финансовой и административной поддержкой государства, которое обеспечивало специалистам студии зарплату, помещение и необходимое оборудование. Здесь разрабатывались и изготавливались небольшие коллекции прет-а-порте; каждая модель производилась в количестве 50–70 экземпляров. Производством занимались работавшие в студии закройщицы и швеи. Одежда продавалась в маленьком магазине при студии. Цены были ниже, чем в салоне Клары Ротшильд, но выше, чем в государственных универмагах. Позднее, расширив ассортимент, студия сменила название и стала именоваться Komplex Textil Stúdió: теперь здесь занимались также текстильным дизайном, изготовлением трикотажных изделий и модных аксессуаров, таких как шляпки и оригинальные украшения. В итоге владельцы студии наняли на работу 20 человек, включая восемь модельеров. Клиенты — интеллектуалы, врачи, журналисты и художники — посещали студийные модные показы, которые проводились в необычной обстановке, например в клубе художников Fészek Klubban. Деятельность Komplex Textil Stúdió подошла к концу после экономических реформ 1968 года. Приоритет начал отдаваться экономически выгодным направлениям производства, и в этих условиях государство отказалось поддерживать модный проект, разработки которого удовлетворяли запросы лишь небольшой группы будапештской интеллигенции.

Во всех восточноевропейских странах повседневная мода в значительной степени была обязана своим существованием небольшим профессиональным ассоциациям портных, объединявших тысячи представителей малого бизнеса. Конкурируя в условиях ограниченного социалистического рынка, некоторые из них сумели приобрести постоянную клиентуру, ценившую их мастерство и персональный подход. Нада Дрновжек (Nada Drnovšek), жена хорватского промышленника, предпочитала знаменитым модным салонам услуги частных портних и шляпников. Дрновжек утверждала, что ей всегда удавалось найти великолепных мастеров, у которых она шила платья, костюмы, блузы, шляпы и туфли[37].

В конце 1970-х годов в Венгрии и Югославии к модным салонам и портным присоединились бутики — маленькие частные магазины, торговавшие одеждой и аксессуарами. Хотя они формально пользовались идеологической поддержкой властей, их статус был амбивалентен. Венгерский сатирический еженедельник Lúdas matyi высмеивал молодую женщину по имени Марика, которая по оплошности потратила кучу денег на модное платье, которое увидела в витрине бутика. После этого ей пришлось еще раз потратиться на его переделку, поскольку платье было не только «нелепо» с точки зрения стиля, но и плохо сидело. От пережитых испытаний Марике стало дурно, но она все равно

была счастлива. По словам автора, она твердо усвоила, что красота требует жертв. В заключение утверждалось, что лишь глупец, который по непонятной причине стремится одеваться по последнему крику моды, может отправиться в частный бутик, где продают нелепые и дорогие вещи[38].

Появление бутиков постепенно снизило символическую значимость классических модных салонов. С начала 1970-х годов свойственные им культ профессионализма и неуклонное следование канонам традиционной элегантности выглядели старомодными. Быстро развивалась новая молодежная культура, люди стали больше знать и лучше разбираться в актуальных европейских трендах. Как правило, бутики располагались в центре города. Сотни маленьких магазинов заполонили главные проспекты Будапешта и коридоры исторических зданий[39]. Финансовый успех зависел от того, насколько быстро владелец бутика реагировал на капризы моды. Предприимчивые югославские торговцы ездили в Италию, приобретали самые актуальные вещи, распарывали их, изучали крой, а затем изготавливали тысячи дешевых копий для массового потребителя, падкого на модные новинки. В налоговых декларациях реальный объем торгового оборота, как правило, скрывался, и доходы предпринимателей зачастую оказывались фантастическими. Быстрому обогащению способствовало также использование дешевой рабочей силы в условиях теневой экономики. В 1950-е и 1960-е годы государство запрещало хозяевам модных салонов иметь в штате больше пяти сотрудников, а деятельность этих предприятий строго контролировалась. Владельцы появившихся позднее бутиков пользовались гораздо большей свободой: власти ценили их способность удовлетворять нужды потребителей, с течением времени все лучше разбирающихся в моде, а потому, по большей части, закрывали глаза на нарушения закона[40]. В Венгрии и Югославии повседневная мода стала воплощением динамичной современной западной культуры, существовавшей одновременно с медленно и монотонно разворачивающимся социалистическим метанарративом и не зависевшей от него. Она способствовала формированию новых отношений между государством и гражданами. Раньше люди, щеголявшие на улицах модными нарядами, шили одежду сами или доставали ее на черном рынке. Теперь у них наконец-то появилась возможность купить готовое модное платье в обычных магазинах, образовавшихся в рамках «второй экономики» почти через два десятилетия своего появления на Западе.

Портнихи, частные модные салоны и бутики в конце концов сами вышли из моды, но благодаря им женщины из соцстран получили шанс приобрести не только красивый и модный гардероб, но и, пусть небольшой, опыт взаимодействия с современной реальностью европейского типа. Такое платье было поистине драгоценно: оно отражало индивидуальность владелицы, ее эстетические предпочтения, позволяя им развиваться и совершенствоваться в контексте международной моды.

Зачарованность западной модой

У чехословацкого писателя Йозефа Шкворецкого есть рассказ «Маленькая пражская Мата Хари», действие которого происходит в 1960-е годы в Праге. Талантливый джазовый музыкант до безумия влюбляется в красивую молодую женщину по имени Джеральдина (Škvorecky 1998)[41]. Красоту героини подчеркивают черные платья из тафты, наряды для коктейлей, элегантные костюмы и старинные украшения — вещи, которые невозможно найти в пражских магазинах. Оба персонажа, каждый по-своему, переступают пределы дозволенного: после событий «пражской весны» увлекаться джазом и западной модой было небезопасно. Джеральдина в итоге дорого расплачивается за свое пристрастие: ее обвиняют в шпионаже в пользу Запада и приговаривают к пяти годам тюремного заключения. Из текста произведения невозможно понять, действительно ли тяга Джеральдины к зарубежной культуре превращает ее в шпионку, или это просто обычная молодая девушка, ослепленная страстью к нарядам[42]. Да это, в сущности, и неважно: тот факт, что героиня одевается в европейском стиле, превращает ее в противницу существующего режима. Иными словами, Джеральдина воплощает собой предельную степень социалистического очарования западной модой.

Тот факт, что обитательницы стран социалистического лагеря шили платья сами или пользовались услугами частных портних, не отменял их стремления обладать одеждой и аксессуарами западного производства. Напротив, европейские и американские модные товары — разнообразные, стильные, актуальные и качественные — обладали в глазах потребителей исключительной притягательностью, особенно на фоне плохо изготовленных и ориентированных на функциональную эстетику изделий отечественного производства. Накалу страстей способствовала и замкнутость социалистической экономики, способной обеспечить покупателей лишь ограниченным количеством импортных товаров. С другой стороны, в силу культурной изоляции у людей отсутствовало критическое отношение к западной моде и способам ее репрезентации. Миллионы женщин на социалистическом Востоке были откровенно влюблены в заграничные наряды.

На Западе люди легкомысленно относились к предметам повседневного обихода, и одежда не была исключением. Хорошо снабжавшийся западный рынок был перенасыщен вещами. В социалистическом мире изоляции и дефицита у потребителей, напротив, развилась «абсолютная потребность» в подобных товарах[43]. Они стали чем-то вроде фетиша. В условиях ущербного социалистического рынка с его специфическими практиками потребления изделий импортного производства простые вещи — туфли, платья, джинсы — начинали жить собственной, волнующей и сложной социальной жизнью. Ими торговали

из-под полы или, с молчаливого согласия властей, распространяли через специальную сеть государственных магазинов. Иначе говоря, власти выступали в роли крупного фарцовщика, не просто стремясь выгодно перепродать импортные товары, но и контролировать их поставки. По свидетельству Хансьякоба Штеле, польские граждане продавали присылаемые им из Европы вещи в государственные магазины, которые распространяли их, уже по более высокой цене, через торговую сеть под названием Komis (Stehle 1965: 172). В Венгрии привозившаяся контрабандой модная одежда продавалась населению через государственную «Компанию комиссионных магазинов» (BAV). Иначе говоря, «первая» и «вторая» экономики являлись не параллельно существующими независимыми мирами, а разными ипостасями одной и той же системы. Граждане страны были причастны, более или менее явно, к обоим этим измерениям. Так же обстояли дела и в Югославии, где ряд государственных магазинов под названием Komisiona торговал в основном контрабандными западными товарами, от джинсов до итальянской обуви. Люди приносили туда вещи, а магазин продавал их, удерживая в пользу государства ощутимый процент от вырученной суммы.

В Праге импортные товары продавались в магазинах Tuzex, служивших для государственного бюджета источником твердой валюты. Как вспоминал Морис Хиндус, здесь можно было найти свитера их чистой шерсти, кардиганы, плащи, костюмы, брюки, пижамы, кожаные пальто, твидовые пиджаки, кашемировые шарфы, носки, рубашки, шелковые и шерстяные ткани, одеяла, хлопчатобумажное или льняное постельное белье (Hindus 1962: 518–519). Все это можно было приобрести за так называемые Tuzex-деньги, предоставлявшиеся в обмен на валюту. Когда люди хотели побаловать себя, они отправлялись в эти магазины и покупали западные вещи — например, джинсы или помаду Dior. В 1962 году была основана подобная же восточногерманская сеть Intershop, с помощью которой власти зарабатывали твердую валюту на торговле с туристами из Европы. В конце концов Intershop открыл двери и отечественной публике, но продолжал продавать товары за западногерманские марки. Это позволяло государству отбирать у населения валютные сбережения в обмен на притягательные импортные вещи[44].

В Москве существовала сеть комиссионных магазинов, известных в народе под названием «комок», которые, наряду с подержанными вещами, торговали и западными модными изделиями[45]. Иностранцы или советские дипломаты покупали вещи за рубежом, а затем выгодно перепродавали их. Однако эти случайные и редкие поставки не могли удовлетворить имевшийся спрос, и советские женщины целые дни напролет бегали по магазинам, тщетно пытаясь найти для себя пару модных туфель или шелковую блузку с европейским лейблом. Американская писательница Франсин дю Плесси-Грей утверждала, что ее

советские друзья были буквально одержимы западными товарами; например, сотрудники одной исследовательской лаборатории тратили уйму времени, присматриваясь к нарядам друг друга. По свидетельству одной из женщин, поток занимавших ее мыслей мог бы звучать примерно так: «Вот эта наверняка купила итальянскую юбку в новом комиссионном магазине на Петровской улице... а вон та носит французскую блузку — наверное, она подружка зарубежного дипломата, какая милая деталь на воротничке, надо сделать себе такую же на швейной машинке. <...> а вон те туфли и записную книжку она, скорее всего, купила у кого-то из польской делегации, или нет — она ведь недавно ездила в Венгрию, она, наверняка, член партии» (Gray 1990: 161).

Привилегированное меньшинство также имело возможность приобрести импортную одежду — от джинсов до вельветовых брюк и платьев — в специальной сети магазинов «Березка», где продавались в основном финские товары. Цены там были выше, чем в обычных магазинах, однако купить желанную вещь за деньги все равно было нельзя: товары приобретались исключительно по специальным чекам, или сертификатам[46]. Ассортимент, подбиравшийся советскими чиновниками, не привлекал внимания настоящих модников[47]. Однако менее искушенные потребители охотно покупали на черном рынке чеки «Березки»: так или иначе, там продавались товары лучшего качества, чем в обычных магазинах, и ради них стоило идти на риск[48].

Предметы, связанные с западной модой, обладали высокой символической значимостью, и власти жестко контролировали степень их доступности. Дефицит стимулировал развитие черного рынка, поставлявшего широкой публике импортные товары. Обладание ими воспринималось как необходимая составляющая хорошей жизни, и представители среднего класса шли на большие жертвы, чтобы их раздобыть[49]. Как объяснял один русский ученый своему американскому знакомому, «люди хотят иметь вещи, которые не были бы советскими, что угодно — рубашку, галстук, сумочку, любую безделушку. Это позволяет им чувствовать себя лучше других» (Smith 1976: 63–64). Русская балерина Майя Плисецкая рассказывала, как покупала наряды у «предпринимательницы» по имени Клара, и вспоминала ее «внушительных размеров сумку, в которую вмещался целый платяной шкаф»: «Вещи всегда новые, с радужными ярлыками и марками заморских магазинов. Только цены были нерадужными — стоили предметы роскоши баснословно дорого. Но в рубище не походишь. Надо одеться не хуже тех, кто ездит в загранку. <...> Все, что я носила, я купила у Клары. Втридорога. Она не была альтруисткой» (Плисецкая 1998: 206–207)[50].

В Советском Союзе джинсы являлись предметом одежды, символическая и материальная ценность которого трансформировалась в условиях черного рынка, процветавшего в портовых городах и туристических центрах, таких как

Москва, Санкт-Петербург, Таллинн, Рига, Одесса и Сочи. Средства массовой информации обвиняли одержимых западными артефактами молодых людей в *вещизме*. Увлечение модой могло привести к преступлению, поскольку джинсы стоили очень дорого. В статье «Сколько стоит мода?», опубликованной в газете «Советская культура», утверждалось, что «22 процента групповых краж, грабежей и разбойных нападений совершаются подростками из-за модных "фирменных" вещей»[51]. При этом, однако, государство официально не запрещало людям покупать джинсы на черном рынке. Один из таких потребителей объявлял, что он предпочел бы не иметь дела со спекулянтами, но у него не было выбора — так же как рабочие текстильных фабрик, производивших советские джинсы, никак не могли улучшить качество выпускаемой ими продукции. Он утверждал, что советские джинсы так уродливы, что показываться в них на людях непатриотично[52].

Без фарцовщиков и вправду было трудно обойтись. Один из них с гордостью заявлял, что не стыдится своего «ремесла», поскольку чувствует, что нужен людям[53]. Настоящие модники покупали одежду только на черном рынке у торговцев, которые поддерживали непосредственный контакт с западными поставщиками и могли достать самые актуальные модели. Одетые по последней моде, фарцовщики постоянно собирались около московских гостиниц, где останавливались иностранцы. Они пытались вовлечь гостей столицы в разговор и заключить с ними деловые отношения. Гаррисон Солсбери вспоминал, как видел в Москве молодых людей, продающих галстуки, футболки, спортивную обувь, свитера, записи джазовой музыки, помаду, косметику, изделия из нейлона. Иронизируя, он именовал их «бизнесменами» (Salisbury 1960: 81). Между тем они вправду представляли собой своеобразную разновидность деловых людей, порожденных реальностью, в которой отсутствовал нормальный институт частного предпринимательства. Некоторые из их клиентов хорошо разбирались в моде, однако большинство ценили фирменные лейблы больше качества. Оригинальные бренды и подделки имели одинаковый культовый статус в глазах представителей среднего класса. В герметически закупоренном мире социализма, каким был Советский Союз, западная мода представляла собой материализовавшееся означающее[54].

Таким образом, мода служила поводом к появлению различных экономических и культурных компромиссов и парадоксов, а зачастую она даже ассоциировалась с преступной деятельностью. В газете New York Times рассказывалось о женщине, которая «организовала подпольное производство помады, бюстгальтеров, ремней и нейлоновых чулок, которые она затем реализовывала на черном рынке. Кружева и кремы для лица продавались по бешеным ценам, но спрос все равно превышал предложение. Некоторые из этих товаров были контрабандой доставлены с Запада, но бóльшая часть производилась

нелегально. В 1958 году, после того как подобные вещи появились на массовом рынке, была официально объявлена война против спекулянтов. Подпольные предприятия были обнаружены в Риге, Ташкенте, Москве и большинстве главных городов Советского Союза» (Topping 1963). Подобные товары выпускались на государственных фабриках в качестве дополнительной производственной линии; организаторами подобной деятельности были либо сами директора предприятий, либо сторонние лица, заручавшиеся помощью фабричных работников. Все это происходило, поскольку государственная система была не способна удовлетворить растущий потребительский спрос среднего класса. Если в более свободных социалистических странах — Югославии, Венгрии, Польше — «вторая экономика» могла относительно спокойно развиваться, то в Советском Союзе она была запрещена. Тем не менее власти, как правило, закрывали глаза на ее существование, поскольку она выполняла важные социальные функции, компенсируя неэффективность официальной экономики[55]. Первые советские предприниматели периода перестройки, владельцы кооперативных магазинов, мало отличались от дельцов черного рынка. В основном они предлагали потребителям дешевые низкокачественные копии западных брендов[56]. Первоначально эти товары пользовались хорошим спросом: очарованность публики западными вещами была еще сильна. В очерке «В защиту шопинга» Мэри Дуглас утверждает, что выбор того, а не иного товара потребителем подспудно предполагает предпочтение определенной культуры, более того — «выбор осуществляется именно потому, что товары не нейтральны с точки зрения их культурной значимости. <...> Акт выбора таит в себе конфликт» (Douglas 1997: 17). Конфликт с системой, насильственно ввергнувшей людей в мир сугубо функциональных унифицированных объектов, был причиной очарованности социалистических граждан западными товарами. В этом отношении разнообразный ассортимент западного рынка позволял любому высказать в адрес государства индивидуальный эстетический протест.

Социалистический мир имел особую внутреннюю потребительскую географию. В том, что касалось поставок, Советский Союз отставал от Восточной Европы, где актуальная и качественная одежда была доступнее. Ведущий московский универмаг ГУМ состоял из сотен отдельных магазинов, и перед ними постоянно выстраивались километровые очереди, особенно если расходился слух о том, что на прилавках появились новые товары. Наличие очередей лишний раз подчеркивало, что время и потребительские практики граждан находились под абсолютным контролем государства[57]. Люди стояли в очередях за польскими бюстгальтерами, югославскими зимними сапогами, шерстяными свитерами, кожаными перчатками, зонтиками, чехословацкими тканями и яркими летними платьями, немецким кружевным женским бельем и платьями из вискозы. Вещи из Восточной Европы обладали чуть ли не магической

притягательностью для советских женщин, которые объезжали Москву из конца в конец в поисках более изысканных нарядов и аксессуаров, продававшихся в магазинах, на вывесках которых красовались названия столиц социалистических стран: «Белград», «Прага», «София», «Будапешт», «Лейпциг» (последний пользовался у потребителей особенной популярностью). Здесь можно было купить вещи восточноевропейского производства по разумным ценам[58].

В Восточной Европе было проще раздобыть западные товары, но и они также вызывали ажиотаж потребителей. В Венгрии джинсы официально вошли в моду в начале 1960-х годов; дети представителей номенклатуры и обеспеченная городская молодежь начали открыто носить их на публике. Молодежные средства массовой информации, соблюдая идеологически выдержанную позицию, тактично именовали джинсы «фермерской» одеждой и высказывались на их счет весьма лояльно. Это должно было продемонстрировать, что режим Кадара благосклонно относится к западным веяниям. Хотя представители школьной администрации и руководители официальных молодежных организаций возражали против любителей джинсов, критика их в средствах массовой информации звучала очень мягко. Например, можно было бы ожидать, что единственным подходящим нарядом для посещения Будапештского национальном театра будет вечерний туалет. Однако в 1967 году Ifjúsági magazine («Молодежный журнал») снисходительно высказался по поводу костюма молодого человека богемного вида, который пришел в театр в джинсах. Его сопровождали две молодые дамы, которые выглядели идеально в маленьких черных платьях и туфлях на низких каблуках. «Наш фотограф, — писал корреспондент, — заметил этих двух элегантно одетых девушек и юношу в джинсах в холле Национального театра. Вечерний костюм был бы здесь более уместен, не правда ли?»[59]

Степень доступности джинсов для публики варьировалась в разных странах. В Советском Союзе их начали производить в 1975 году, в соответствии с программой девятой пятилетки, ориентированной на расширение массового потребительского рынка[60]. Эти джинсы, однако, не отличались качеством. В 1978 году в производство поступила новая джинсовая ткань «Орбита», впервые полностью состоящая из хлопка. Это была 56-я попытка произвести джинсовую материю. В некоторых предыдущих вариантах содержалось больше 20 процентов шерсти (Flint 1997: 27). Советский Союз никогда не покупал лицензии на производство западных джинсов[61], тогда как Югославия в конце 1970-х годов приобрела лицензию Lee Cooper. В 1980-е годы Югославия и Венгрия начали производить лицензионные версии Levi's, столь притягательных для потребителя[62]. Это свидетельствовало о существовании в упомянутых странах более свободных отношений между властью и народом. Для советских граждан, существовавших в условиях идеологической и культурной изоляции,

джинсы представляли собой символ бунта и освобождения. Вдобавок, в отличие от югославов, венгров и, до некоторой степени, чехов и поляков, советские люди практически не ездили за границу, поэтому они не могли приобрести джинсы самостоятельно.

Возможность свободно путешествовать впускала моду в повседневную жизнь. В то время как советские граждане покупали модные товары во время туристических поездок в Восточную Европу[63], югославы с середины 1960-х годов, а несколько позже и венгры получили возможность чаще выезжать за границу. С одной стороны, это позволило людям приобщиться к западным потребительским практикам, с другой — облегчило жизнь контрабандистам. Газетные статьи, посвященные проблеме нелегальной торговли, свидетельствовали о наличии дефицита на социалистическом рынке. В 1972 году югославский таможенник высокого ранга утверждал: «Контрабанда подобна моде. Дельцы отлично знают нужды и потребности рынка, у них есть предпринимательское чутье. Поэтому контрабандные товары прибывают в нашу страну поэтапно. Например, в Словению и Хорватию завезли контрабандой партии нейлоновых плащей и рубашек с открытого рынка Триеста, Ponte Rosso. Пока эта волна распространялась на Сербию и Македонию, на западе Югославии уже вовсю шла контрабандная торговля бытовой техникой»[64].

Дешевые нейлоновые плащи, нелегально поставлявшиеся из Италии в начале 1960-х годов, были первым модным товаром, достигшим Югославии в массовом масштабе. Скромный плащик с итальянского блошиного рынка приобрел особую значимость. В сочетании с жакетом и джемпером одного цвета и телиреновой плиссированной юбкой он чудесным образом превратился в элегантный и неформальный повседневный наряд. В нем было что-то легкомысленное, специфически-итальянское, и вместе с тем трикотажный джемпер, обычно в сочетании с ниткой жемчуга, содержал в себе намек на изящный облик американской домохозяйки 1950-х годов. Таким образом, первый социалистический модный повседневный наряд представлял собой замысловатый гибрид плохо сочетающихся западных стилистических цитаций. Вскоре нейлоновые плащи начали восприниматься как последний крик моды в Восточной Германии, Чехословакии и Венгрии. Импортные товары путешествовали из одной социалистической страны в другую. Контрабандными перевозками занимались водители-дальнобойщики, при поддержке коррумпированных сотрудников таможни были созданы хорошо отлаженные системы транспортировки нелегальных грузов. Криминальный путь распространения моды свидетельствовал о принципиальной амбивалентности ее статуса: не одобряемая властями, она обладала исключительной притягательностью для обычных граждан. Югославия, соседствующая со странами капиталистического Запада и державшая свои границы открытыми, выступала в качестве финального

пункта доставки контрабандных товаров или в качестве посредника между Западом и другими социалистическими странами, отличавшимися большей степенью изоляции. Открытый рынок в Будапеште, где можно было купить контрабандные товары, иронически именовался Comecon Market — название, отсылавшее к официальному торговому соглашению между коммунистическими государствами[65]. Торговля велась публично и неприкрыто: таким образом, власти негласно признавали, что они не в состоянии удовлетворить потребительские нужды граждан.

Югославы недолго полагались на контрабандистов. В 1970-е годы люди начали ездить за модной одеждой на Запад. Феномен, именуемый шопинг-туризмом, представлял собой сложную систему практик. Это был отдых, образование, бунт, развлечение и семиотическая война, которая велась в массовом порядке. В 1974 году за границей побывали 27 миллионов югославских граждан[66], а в 1983 году благодаря шопинг-турам торговый оборот между Италией и Югославией вырос до 501 биллиона лир[67], что составляло почти треть суммы ежегодного западного импорта[68]. Даже в относительно свободных социалистических государствах шопинг-туры представляли собой серьезный символический протест — причем отнюдь не только против плохого качества и сомнительных эстетических достоинств отечественных товаров. И вместе с тем югославы, имевшие возможность поехать на Запад, чтобы купить там туфли, платья, джинсы, журналы и музыкальные записи, никогда открыто не протестовали против системы и вряд ли осознавали, что выступают против нее. Шопинг-туры эффективно легитимизировали социалистическую систему. Последние модные тренды появлялись в Югославии тогда же, когда они приобретали популярность на Западе. В основном люди покупали одежду в Италии, Австрии и Германии, во время постоянных экскурсий по магазинам. После нейлоновых плащей мысли потребителей захватили мини-юбки, туфли на платформе, длинные пальто, экзотические индийские товары, африканские рисунки на ткани, строгие деловые костюмы для женщин, высокие каблуки, туфли-балетки и многие другие модные товары.

Югославским властям не оставалось ничего другого, как продолжать соблюдать условия негласной сделки со средним классом. Даже образцовые коммунисты и те ездили в шопинг-туры на Запад. Например, в 1968 году журнал Svijet представлял читателям нового члена партии, молодую женщину из Загреба. Она была одета в сдержанный костюм с короткой юбкой, дополнением к которому служили белые туфли и белая же дамская сумочка. Ее облик соответствовал канонам социалистического хорошего вкуса и, как нетрудно догадаться, ее идолом была Индира Ганди. И все же, по ее собственным словам, за границей она была только в Триесте и Клагенфурте, которые являлись популярными пунктами назначения пресловутых социалистических торговых

заездов[69]. Негласная сделка, благодаря которой югославы могли покупать вещи за границей, устраивала руководство страны, которое в обмен ожидало от граждан лояльности. В 1975 году ведущая хорватская газета Večernji list («Вечерний вестник») опубликовала статью о контрабандном провозе западных товаров в Югославию. В ней утверждалось, что таможенники «обычно готовы закрыть глаза на купленный за границей свитер или что-либо подобное, но приходят в ярость, когда граждане утверждают, что им нечего декларировать и при этом тащат с собой полные сумки этого самого "ничего". Закон ясно гласит: путешественник должен декларировать все товары, ввозимые им в страну, а таможенный служащий решает, облагаются они налогом или нет»[70]. Поскольку в патерналистском ви́дении властей отдельная личность трактовалась как незрелая, отношения между гражданином и государством также предполагали наличие договора об уступках, на которые были готовы пойти обе стороны. Властям требовались лояльные граждане, а люди мирились с режимом в обмен на новые альбомы The Beatles, последнюю модель итальянских туфель или стильный кожаный пиджак[71].

Для большинства социалистических граждан причастность к западной моде являлась не актом низвержения существующего порядка, а способом взаимодействия с представителями своего класса. Эти люди не просто покупали красивые вещи — они приобретали символы и трансгрессивно переносили их в новые условия существования. Выезжая за границу, они оказывались на переднем крае потребления и превращались в яростных воителей, участников семиотической битвы, переводчиков с одного культурного языка на другой. Пересекая границу, модные вещи приобретали новый, прежде не свойственный им смысл, а западное происхождение становилось их самой главной ценностью. Хотя описанные практики негласно поддерживались властями, отношение к ним в разных странах не было одинаковым[72]. В жестко идеологизированных системах западные вещи рассматривались как угроза нравственному и социальному благополучию общества, в то время как в государствах с большей степенью свободы процесс социальной гибридизации осуществлялся относительно безболезненно; западная мода становилась здесь органичной частью повседневной жизни, приобретала новые значения и функции, адаптируясь к нуждам и условиям социалистического существования.

Шопинг-туры, так же как сшитые своими руками наряды или модные новинки из бутиков, являлись частью неофициального измерения реальности. Оно не просто было другим в символическом отношении — само время здесь текло иначе. В отличие от социалистической моды с ее навеки застывшей эстетикой «хорошего вкуса», модные практики были подвержены внезапным, стихийным и фрагментарным изменениям.

Западная мода, на десятилетия завладевшая воображением женщин Восточной Европы и Советского Союза, полноправно вошла в их повседневную жизнь в начале 1990-х годов. Политика стиля, образы, принципы гендерных репрезентаций и потребительские практики претерпели кардинальные изменения. Для людей это стало началом сложного процесса усвоения и адаптации новых смыслов и ритуалов, связанных с постсоциалистической модой. И все же, хотя идеологические барьеры больше не препятствовали ее развитию, большинство женщин по-прежнему не могли купить себе красивое и актуальное платье — теперь уже из-за нехватки денег. Средний класс утратил свое прежнее стабильное положение и относительную экономическую защищенность, выторгованную в свое время у государства, и ему пришлось усваивать новые потребительские практики в крайне неблагоприятных для себя обстоятельствах.

Примечания

Предисловие

1. Троицкая Т. Париж показывает моды... // Огонек. 1959. № 26 (21 июня). С. 32.

Введение

1. Владимир Паперный утверждает, что разные идеи времени в 1920-е и 1930-е гг. соответствовали двум принципиально разным типам культуры. Нестабильное и быстротечное время обеспечивало продвижение Культуры Один, тогда как консервативный и статичный стиль Культуры Два был признаком эпохи, утратившей способность к мобильности и пластичности (Paperny 1993).
2. Высказывание Дебора звучит следующим образом: «Спектакль есть капитал на той стадии накопления, когда он становится образом» (Дебор 2000: 31).

ГЛАВА 1 *Искусство vs технология: модные дилеммы молодого советского государства*

1. О визуальных репрезентациях женского образа в ранней большевистской культуре см.: Waters 1991; Bonnell 1991. О концепте Новой женщины и Нового мужчины см.: Attwood 1999; Attwood & Kelly 1998; Clark 1993. О восприятии идей Ницше большевистской культурой см.: Rosenthal 2002.
2. Подробнее см.: Lefebvre 1995.
3. Журнал «Работница» издавался с перерывами до и после революции.
4. В России существовали разные направления кубизма, такие как кубофутуризм и супрематизм. К числу его приверженцев относились конструктивисты Попова, Степанова, Александр Родченко, а также Казимир Малевич, Наталья Гончарова и Михаил Ларионов.
5. Термин «прозодежда» образован слиянием слов «производственная» и «одежда».
6. В той же статье Степанова описывает разновидности «прозодежды» — «спортодежду» (то есть спортивную одежду) и «спецодежду».
7. На парижской Международной выставке декоративного искусства Родченко выступал в качестве оформителя советского «Рабочего клуба» и секции прикладных искусств, где выставлялись образцы текстиля Степановой и Поповой, а также выполненные Степановой эскизы моделей спортивной одежды и ее театральные костюмы. Письма Родченко, написанные во время трехмесячного пребывания в Париже и адресованные Степановой, были опубликованы в конструктивистском журнале «Новый Леф» (1927, № 2, с. 9–21; см.

также: Родченко 1982). В переводе на английский язык см.: Lavrentiev 2005, раздел In Paris: From Letters Home. 1925. Pp. 148–187.

8. Русские текстильные и швейные компании были национализированы декретом 1918 г. и объединены в десять трестов. Трест «Москвошвей» (Московское объединение предприятий швейной промышленности) состоял из 32 фабрик; Иваново-Вознесенский государственный текстильный трест, расположенный в регионе, славящемся традициями вышивального искусства, — из 27 фабрик; «Ленинградшвей» (Ленинградское объединение предприятий швейной промышленности) — из 17 (Красная газета. 24.08.1921; см. также: Sutton 1968: 225). По причине непрофессионального управления экспроприированные предприятия работали крайне неэффективно.
9. О манифесте Степановой и Поповой и их работе на фабрике см.: Lavrentiev 1988: 81.
10. После гражданской войны экономика России была разрушена. Ключевые области индустрии оказались отброшены назад, эффективность работы предприятий соответствовала уровню 1861 г., а в случае текстильного производства — уровню 1857 г. Обзор социального и экономического положения России, а также описание политической ситуации, сложившейся в стране после гражданской войны, см.: Lewin 1995; о состоянии русской текстильной промышленности после 1917 г. см.: Douglas 1992.
11. См.: Lavrentiev 1988; Kiaer 2005.
12. Как замечает Валери Стил, «одежда от Шанель приобрела популярность не потому, что была практична и удобна, а прежде всего благодаря ассоциирующемуся с ней образу юности и непринужденности, вошедшему в моду у представителей обеспеченных сословий» (Steele 1998: 248).
13. У истоков конструктивизма лежали два параллельно развивавшихся, но весьма различных художественных направления: футуризм и Пролеткульт. Если футуристы считали своей главной задачей борьбу с проявлениями буржуазной культуры и стиля жизни, то пролеткультовцы пытались заложить основы специфической пролетарской культуры.
14. Художественный критик Яков Тугендхольд (Тугендхольд 1925b: 989), посетивший Париж в то же самое время и освещавший события парижской выставки в разных советских журналах, упомянул, что у парижанок в моде не пышные формы, а девические и даже мальчишеские фигуры.
15. Хотя и Степанова, и Попова придерживались конструктивистской эстетики, работая над созданием абстрактных геометрических узоров для текстиля, они во многом отличались друг от друга — начиная от происхождения (родители Степановой были рабочими, тогда как семья Поповой принадлежала к привилегированному классу) до характера творческого развития (см. также: Douglas 1999; Kiaer 2005).
16. Кристина Кайер именует модели Поповой «конструктивистским платьем-«хлопушкой» и «конструктивистским товарищем», опираясь на теорию Бориса Арватова, согласно которой обнажающие перед зрителем свою структуру повседневные объекты выступают по отношению к социалистической личности в качестве «товарищей» (Kiaer 2005).
17. О вопросах, беспокоивших западное общество в связи с идеей нового освобождения женщины в 1920-е гг., см.: Roberts 1993.
18. Программа НЭПа вступила в действие в 1921 г. по инициативе Ленина. Это была отчаянная попытка улучшить сложившееся в стране после гражданской войны экономическое положение и наладить поставку и распространение базовых потребительских товаров. Этот период закончился в 1929 г., когда Сталин начал осуществлять программу централизации советской экономики и подчинение ее системе пятилетних планов. О политических, экономических и социальных аспектах НЭПа см.: Ball 1987.

19. Хотя журнал «Ателье» был связан с трестом «Москвошвей» (Московским объединением предприятий швейной промышленности), он, в отличие от «Работницы», не был инициирован официальной женской организацией «Женотдел». Об «Ателье» см. также: Misler 1989.
20. В начале 1910-х гг. интерес модернистов к наивному искусству и крестьянской тематике привел к популярности этнического стиля, что нашло отражение в журнале «Мир искусства» Сергея Дягилева, трансформировавшего свою раннюю эстетику ар-нуво в соответствии с новым художественным восприятием. На выставках представителей футуризма, кубизма и супрематизма вышивка соседствовала с картинами. Эти абстрактные узоры переносили на ткань крестьянские женщины, работавшие на нескольких кустарных предприятиях Украины (подробнее см.: Douglas 1999).
21. Будучи одной из руководительниц женской коммунистической ассоциации «Женотдел», Коллонтай неприязненно относилась к НЭПу, угрожавшему существованию этой организации. Коллонтай считала, что ее роман более наглядно, чем теоретические и пропагандистские статьи, сумеет продемонстрировать, как опасен НЭП для коммунистических идеалов.
22. Одна из героинь повести говорит о Нине Константиновне: «Не наша, не работница» (Коллонтай 1927: 138). Формально она числится секретарем в конторе, однако в тексте имеются намеки на то, что она содержанка, легкомысленное и безответственное создание, которое не заботит ничего, кроме приобретения духов L'Origan от Coty.
23. Хотя в большевистской прессе и литературе мужчины-нэпманы представали толстыми жадными капиталистами, лишь два процента из них были на самом деле богаты (Ball 1987). Давая взятки чиновникам, они получали привилегированные права на скупку дефицитных товаров государственного производства, которые затем перепродавали по завышенным ценам. Административные связи также помогали им наладить зарубежную торговлю. Однако большинство нэпманов составляли обычные мелкие лавочники. После прихода к власти Сталина они лишились всей собственности (в том числе — жилья) и гражданских прав, а их детей исключали из школ. О негативных сексуальных коннотациях, связанных с образом женщины-нэпманши см.: Wood 1997; Naiman 1997.
24. Художественно-производственный подотдел был основан в 1918 г. Первоначально его возглавляла Ольга Розанова, ее заместителем был Родченко. В 1919 г. в задачи подотдела входила организация мастерских, целью которых было способствовать слиянию искусства с производством с помощью теоретических разработок, образовательной деятельности и производственных экспериментов (см.: Искусство в производстве 1921: 36–37).
25. Горький действовал под влиянием своей жены, актрисы Марии Федоровны Андреевой, которая была клиенткой Ламановой. Подробнее о профессиональной деятельности Ламановой до революции см.: Durst 2000; Коршунова 2002.
26. См.: Протоколы I Всероссийской конференции по художественной промышленности 1920: 37–38.
27. Аттестат 1-й степени на Всероссийской художественно-промышленной выставке «Ателье мод» // Ателье. 1923. № 1. С. 48.
28. О составе коллекции изделий народного творчества см.: Section des "Koustari" в каталоге Union des Républiques Soviétistes Socialistes. Exposition internationale des arts décoratifs et industriels moderns (1925: 79–118; модели Ламановой перечислены на с. 86). Всесоюзное акционерное общество по экспорту кустарно-художественных изделий и по импорту предметов для нужд кустарной промышленности «Кустэкспорт» было основано в 1920 г. К середине 1920-х гг. производством изделий народного промысла занимались 400 тыс. кустарей при содействии профессиональных художников.
29. См.: Union des Républiques Soviétistes Socialistes 1925: 45–60.

30. Encyclopédie des arts décoratifs et industriels modernes au XXème siécle. 1977. Vol. 9. P. 31.
31. Ibid. Vol. 6. P. 56.
32. В конкурсе текстиля золотую медаль получил советский дизайнер Сергей Бурылин, тогда как требовавший высокого уровня мастерства и выполненный в абстрактной эстетике набивной бархат Людмилы Маяковской заслужил серебряную награду. Конкурсы проводились в разных номинациях. В целом жюри, состоявшее из специалистов из разных стран, присудило от семи до восьми тысяч наград.
33. Иностранная мода. Русская мода // Красная нива. 1923. № 30. С. 32.
34. После 1923 г. дороги создательниц большевистского художественного костюма разошлись. Ламанова и Прибыльская остались в Советском Союзе; деятельность первой была связана с модой и дизайном театральных костюмов, второй — с народным этническим искусством. Александра Экстер эмигрировала на Запад в 1924 г.
35. См.: Аркин 1929b.
36. О частной практике Ламановой в 1920-е гг. см.: Коршунова 2002.
37. В то время Делоне сотрудничала с Эдмоном Курто из модного Дома Redfern и 22 января 1928 г. опубликовала статью на ту же тему в Femme de France.
38. Задачи «Женского журнала» // Женский журнал. 1926. № 1. С. 1.
39. Фотография модели Лелонга служила иллюстрацией к интервью с ним: Искусство одеваться // Женский журнал. 1927. № 5. С. 35.
40. За десять лет, с 1921 по 1931 г., Советский Союз выпустил в прокат около 1700 американских, немецких и французских кинофильмов; см.: Youngblood 1992: 51.
41. ЦК ВЛКСМ, «Обзор о работе Комсомола среди девушек», 1928. Ф. 1, оп. 23, д. 863. С. 14; см.: Brovkin 1998: 149.
42. Маяковский В. Маруся отравилась // Комсомольская правда. 04.10.1927. С. 3.
43. Фильм «Кровать и диван» (оригинальное название «Третья Мещанская») был посвящен проблемам городской пролетарской молодежи, связанным с непривычной для героев ситуацией гражданского брака и вызванными ею эмоциональными переживаниями.
44. Братья Стенберги принадлежали к основателям конструктивизма, однако в период НЭПа занялись созданием рекламы.
45. См.: Koenker 1995: 1463.
46. О трансформации восприятия образа политического активиста см.: Wood 1997.

ГЛАВА 2 *Между наукой и мифом: рождение социалистической моды*

1. Благодаря своему политическому влиянию в начале 1920-х гг. конструктивисты получили возможность пропагандировать теорию слияния искусства с производством в рамках новых культурных институций, таких как Институт художественной культуры (ИНХУК) и Высшие государственные художественно-технические мастерские (ВХУТЕМАС), где на текстильном факультете в 1924–1925 гг. преподавала Варвара Степанова (подробнее см.: Lodder 1983).
2. После реорганизации в 1927 г. Высшие государственные художественно-технические мастерские превратились в Высший художественно-технический институт (ВХУТЕИН). Он был закрыт в 1930 г., и текстильный факультет вошел в состав факультета искусств нового Московского текстильного института.
3. Полностью статью «Задачи художника в текстильном производстве» см.: Noever 1998: 190–193. Сокращенный вариант был опубликован в газете «Вечерняя Москва» 28 февраля 1929 г. под названием «От костюма — к рисунку и ткани».

4. Статьи были опубликованы в издании «Швейная промышленность» в 1932 г. (№ 4–5, с. 42–48; № 6–7, с. 5–10; № 8–9, с. 4–13; № 8–9, с. 24–36).
5. Рыклин Г. Спереди трактор, сзади комбайн // Правда. 06.09.1933.
6. Стахановское движение получило свое название по имени шахтера Алексея Стаханова, 30 августа 1935 г. перевыполнившего установленную дневную норму выработки угля на 1400 процентов. «Ударники труда» существовали и ранее, однако стахановцы отличались от них тем, что их труд стимулировался материально: в награду за выдающиеся заслуги они получали возможность пользоваться недоступными другим потребительскими благами. Подробнее о стахановском движении см.: Siegelbaum 1988.
7. Owen F. Stakhanovism // Daily Express. 06.01.1936. P. 10.
8. Героини социалистического труда. М., 1936. С. 6–7; см. также: Fitzpatrick 1993: 227.
9. New Soviet Heroes on Shopping Spree // New York Times. 25.11.1935. P. 8.
10. Ленинградская правда. 12.06.1934; см. также: Лебина 1999: 224.
11. Название «Дом моделей» само по себе свидетельствовало о будущей судьбе социалистической моды.
12. Вечерняя Москва. 26.11.1935. В нескольких источниках дата открытия Дома моделей указывается по-разному. Газета «Вечерняя Москва» утверждает, что это событие состоялось 22 ноября 1935 г., а сам Дом моделей входил в состав треста «Мосбелье» и располагался на Сретенке. В редакционной статье первого номера журнала «Дом моделей» в связи с открытием института упоминается октябрь 1935 г. Скиапарелли в своей автобиографии (Schiaparelli 1954: 92) пишет, что ее пригласили участвовать в открытии московского Дома моделей на Сретенке в декабре 1935 г.
13. Вечерняя Москва. 26.12.1935.
14. Вечерняя Москва. 29.12.1935.
15. Редакционная статья // Дом моделей. 1936. № 1.
16. В состав художественного совета Дома моделей вошли известные художники: Н. Альтман, Е. Лансере, В. Мухина, С. Лебедева, М. Родионов, А. Тышлер и В. Фаворский. К ним присоединились секретарь Центрального комитета Коммунистического союза молодежи Т. Васильева и секретарь московского отделения Коммунистического союза молодежи Л. Сидорова.
17. Хотя западные журналы для демонстрации новых модных тенденций также в основном использовали эскизы и рисунки, к середине 1930-х гг. в них начали появляться и фотографии.
18. Редакционная статья // Дом моделей. 1936. № 1.
19. Идея организации выставки изделий французской легкой промышленности принадлежала французскому политику Эдуару Эррио. В ноябре 1935 г. он привез в Москву образцы лучших и самых роскошных французских товаров: духи Chanel, Coty и Guerlain; бренди Courvoisier; шампанское Heidsieck и Pommery. Выставка проходила в торжественном и великолепном зале Торгово-промышленной палаты, что подчеркивало политическую значимость и репрезентативную природу этого события. В сопровождении фотографа Сесила Битона Скиапарелли посещала разнообразные дипломатические приемы и организованные государством мероприятия.
20. Фотографию росписи, выполненной Фаворским в 1935 г., можно найти в энциклопедии «История русского искусства» (Москва, 1961, т. 12, с. 310). Фаворский входил в состав художественного совета Дома моделей.
21. Lee J. Mannequins in Moscow // Daily Express. 26.03.1936. P. 8. Дженни Ли, жена члена партии лейбористов Анерина Бевана и политическая активистка, придерживавшаяся левых взглядов, опубликовала в Daily Express четыре статьи, посвященные своему визиту в Советский Союз в 1936 г.

22. Ibid.
23. Legas I. Mode à Moscou // Regards. 26.03.1936.
24. О дефиците потребительских товаров в 1930-е гг. см.: Osokina 2001; Лебина 1999; Fitzpatrick 1988 и 1993.
25. Юрина М. Платьев много, а выбрать нечего // Работница. 1937. № 3. С. 14–15.
26. В 1949 г. московский Дом моделей был реорганизован и переименован в центральный Общесоюзный дом моделей (ОДМО). В то же время был основан региональный московский Дом моделей наряду с другими подобными региональными институтами.
27. Редакционная статья // Журнал мод. 1945. № 1.
28. См.: Лебина, Чистиков 2003: 204.
29. Хлюстова Н. У художников-модельеров г. Горького // Журнал мод. 1954. № 4. С. 16.
30. Подробнее о принципах социалистической экономики см.: Kornai 1990.
31. Суров демонстрировал лояльность по отношению к существующей власти. Он также написал пьесу «Бесноватый галантерейщик» (1949), критикующую американского президента Гарри Трумэна.
32. Хотя помпезный стиль сталинской одежды напоминал эстетику ведущего голливудского модельера Адриана, характер бытования этих нарядов принципиально различался. Простые американки легко могли приобрести копии изделий Адриана, имевших большое количество вариаций и продававшихся по разным ценам.
33. Lee 1936: 8. Приезд Скиапарелли в Москву не освещался ни советской прессой, ни западными модными журналами. Представляя читателям новую парижскую модную коллекцию, британский Vogue посвятил целую страницу платьям-«парашютам» Скиапарелли, упомянув о ее визите в Советский Союз в заголовке «Скиапарелли приветствует Советы» (Schiaparelli Salutes the Soviet) (Vogue. [1936. № 4]. P. 69).
34. Напр., ленинградский модный журнал «Модели платья» в 1938 г. заимствовал модные картинки из французских изданий Le tailleur de luxe, Costumes manteaux и Le grand tailleur (см. также: Gronow 2003: 96–97).
35. Юкка Гронов (Jukka Gronow) пишет: «Советский Союз 1930-х гг. представлял собой уникальный исторический феномен: почти вся его материальная культура была произведена заново, создана на пустом месте. <...> Таким образом, в ситуации стремительного расширения ассортимента потребительских товаров каждый шаг был осознан и требовал рефлексии. <...> Вопросы, связанные с оформлением упаковки, бумажной обертки или, скажем, пробки для флакончика духов, решались на самом высшем уровне» (Gronow 2003: 7–8).
36. Подробнее о торговле в сталинскую эпоху см.: Hessler 2000.
37. О понятии «культурность» см.: Dunham 1990; Fitzpatrick 1993, 1988; Kelly & Volkov 1998.
38. Данэм, говоря о сделке Сталина со средним классом, замечает, что даже тоталитарный режим не может существовать, опираясь только на террор (Dunham 1990: 13).
39. Работница. 1937. № 2. С. 15; см. также: Attwood & Kelly 1998: 281.

ГЛАВА 3 *Восточная Европа: от утопии к мифу*

1. Asszonyok. 12.02.1947. Журнал являлся печатным органом Демократического союза венгерских женщин, связанного с Коммунистической партией.
2. Asszonyok. 15.10.1947. № 20.
3. Ibid.
4. Berger G. Frau Mode — Entschleier («Разоблаченная госпожа Мода») // Frau von heute. 02.1946. № 1 С. 23. Frau von heute начал издаваться в 1946 г. как печатный орган коммунистических

женских организаций. После образования двух германских республик в 1949 г., Frau von heute продолжал выходить в Восточной Германии.

5. Spalová J. Uniformita — a je vůbec možná? («Единообразие — возможно ли это?») // Žena a móda. 1950. № 3. С. 22. Журнал Žena a móda начал публиковаться в 1949 г. под эгидой нового централизованного института Tekstilní Tvorba и Совета женщин, коммунистической женской организации.
6. Spalová J. Elegantní nebo přijemný? («Элегантный — не значит красивый?») // Žena a móda. 1949. № 12. С. 19.
7. Berger: Ibid.
8. Обзор популярных модных тенденций на Западе в 1950-е гг. см. в: Partington 1993.
9. Spalová J. O nový styl obleku («О новом стиле одежды») // Žena a móda. 1949. № 2.
10. Цит. по: Dózsa 1991a: 22–24.
11. Spalová J. Od theorie k praxi v nové modě («От теории к практике в новой моде») // Žena a móda. 1950. № 1. С. 22.
12. Hauser E. Die Pariserin — wie sie wirklich ist? («Парижанка — кто она на самом деле?») // Frau von heute. 03.1946. № 3. С. 5.
13. Susret s pariškom modom («Встреча с парижской модой») // Naša moda. 1947. № 1. Журнал Naša moda выходил с 1946 по 1948 г. в государственном издательстве Vjesnik.
14. См.: Žena a móda. 1949. № 5. С. 6–9; 1951. № 7. С. 2–3; 1952. № 6.
15. Обложка журнала Nők lapja. 1952. № 21. Название Nők lapja («Женский журнал») получило венгерское издание Asszonyok в 1949 г.
16. Člověk dělá šaty («Человек делает платье») // Žena a móda. 1950. № 10. С. 19–20.
17. Ibid.
18. О развитии чешской моды в период после Второй мировой войны см. также: Hlavačkova 2000.
19. Spalová J. Pracovní oděv («Рабочая одежда») // Žena a móda. 1950. № 7. С. 22.
20. Ibid.
21. Vlková H. Stejnokroj pro ženu («Рабочая одежда для женщин») // Žena a móda. 1952. № 11. С. 12.
22. О первом модном показе, организованном Tekstilní Tvorba, было объявлено в журнале Žena a móda лишь спустя несколько месяцев после создания централизованной системы текстильного и швейного производства в 1949 г. В журнале сообщалось, что показ состоится в пражском дворце «Люцерна», где три вечера подряд и утром в субботу будут демонстрироваться новые модели женской, мужской, детской, а также рабочей одежды (Žena a móda. [1949. № 3]).
23. Žena a móda. 1949. № 4. С. 2–5.
24. Danielis J. Tekstilní tvorba a její úkoly («Текстильное производство и его задачи») // Žena a móda. 1953. № 1. С. 24.
25. Sukienka musi być ładna («Одежда должна быть привлекательной») // Świat. 1951. № 9. С. 17. Świat был основан в 1951 г. и представлял собой иллюстрированное еженедельное издание, в котором освещались текущие события, вопросы политики, культуры, искусства и моды.
26. Spalová J. ČSR zvítězila v módni soutěži («Чехословацкая республика победила на конкурсе модной одежды») // Žena a móda. 1951. № 5. С. 25.
27. Úspěch československého oděvnictví v Německé demokratické republice («Успех чехословацкой одежды в Германской Демократической Республике») // Žena a móda. 1952. № 12. С. 23.
28. Ibid.
29. Přehlidka mezinárodní soutěže v odívání («Демонстрация новых моделей одежды на международном конкурсе») // Žena a móda. 1953. № 11. С. 2.

30. Конкурс моделей одежды, проходивший в Будапеште, широко освещался журналистами стран-участниц: Ez a divat. 1954. № 5–6; Žena a móda. 1954. № 12. С. 2–5; Журнал мод. 1955. № 1, в котором событию был посвящен 15-страничный репортаж.
31. Schmidt E. Das Institut für Bekleidungskultur und seine Aufgaben («Институт культуры одежды и его задачи») // Die Bekleidung. 1954. № 1. С. 4. Модный журнал Die Bekleidung («Одежда») был основан в 1954 г.; он выпускался под эгидой и освещал деятельность IBK. Соответственно, основным участником издания была директор института Элли Шмидт.
32. О деятельности Элли Шмидт на этом посту см.: Pence 2001.
33. Schmidt 1954: 4.
34. Программа Конкурса культуры одежды, состоявшегося в 1955 г. в Берлине, была опубликована в журнале Die Bekleidung (1955. № 2. С. 20).
35. Modelljei a Berlini nemzetközi ruhaversenyen («Модели берлинского международного конкурса моделей одежды») // Ez a divat. 1955. № 5. О берлинском конкурсе см. также: Náš úspěch na mezinárodní oděvní soutěži v Berlíně («Наш успех на международном конкурсе моделей одежды в Берлине») // Žena a móda. 1955. № 10. С. 4–5; Schmidt E. Internationaler Bekleidungswettbewerb 1955 in Berlin («Международный конкурс моделей одежды в Берлине в 1955 г.») // Die Bekleidung. 1955. № 1. С. 15. Газета Berliner Zeitung поместила репортаж об этом событии на первой полосе номеров, вышедших 26 августа и 24 сентября 1955 г.
36. «Идет ли мне это?» // Poland. 1954. № 1. С. 28–29. Журнал Poland («Польша») был пропагандистским изданием, рекламировавшим советский образ жизни. За пределами Польши он выходил на шести языках и был ориентирован в основном на западного читателя.
37. Ibid.
38. Spalová J. Snahy o novou módu («Попытки создания новой моды») // Žena a móda. 1950. № 2. С. 22–23.
39. Spalová J. Navazujeme na lidové umění: Výšivka («Мы обращаемся к народному искусству: вышивка») // Žena a móda. 1951. № 9. С. 4–5.
40. Lindt K. Úkoly oděvní tvorby («Задачи швейного производства») // Žena a móda. 1951. № 4. С. 20.
41. См., напр., изображения удлиненных платьев, декорированных в условном этническом стиле, в репортаже о выставке моделей одежды, созданных Варшавской женской школой, в печатном органе группы ŁAD Arkady: Pod arkadami, Arkady. 08.1935. С. 253.
42. Основанный в 1950 г. Министерством легкой промышленности, Польский институт индустриального дизайна разрабатывал прототипы коллекций модной одежды, тканей, мебели и других изделий, которые должны были репрезентировать социалистический стиль жизни.
43. W lódzkiej tkalni («На кафедре ткачества в Лодзи») // Świat. 1953. № 18. С. 23.
44. Текст Мархлевского цитировался в журнале Świat (1953, № 18, с. 23).
45. Напр., польский Centrala Przemyslu Ludowego i Artystycznego (Центр деревенской и художественной индустрии, Cepelia), основанный в 1949 г., через год превратился в централизованную организацию, объединяющую 292 производителей товаров народного промысла, чьи работы продавались в 128 магазинах, см.: Żygulski 1987: 95.
46. Г. Влкова опубликовала статью о деятельности и задачах кафедры: Vlková H. Oděvní škola a jeji poslani («Школа одежды и ее миссия») // Tvar. 1951. № 2. С. 52–55.
47. См.: Kybalová & Lamarová 1986: 10.
48. Vlková H. Oděvní škola («Факультет дизайна одежды») // Žena a móda. 1952. № 9. С. 12–13.
49. Фоторепортажи об этих модных показах публиковались в журнале Žena a móda (1950, № 6, с. 14–15; 1953, № 5, с. 12; 1953, № 10, с. 10–11, 18–19).

50. Факультет был основан в 1950 г.
51. Маргит Силвицки, интервью с автором, Будапешт, ноябрь 2007 г.
52. Эва Месарош входила в число студентов первого выпуска Академии прикладных искусств (интервью, Будапешт, 2004). Месарош описала события этого времени в автобиографии «По-своему» (2003).
53. Месарош, интервью с автором, 2004 г.
54. Как отмечает Айван Т. Беренд, «практически ни один из грандиозных пятилетних планов государств Центральной и Восточной Европы не был выполнен. В 1953–1954 гг. планы были пересмотрены и урезаны. Не было смысла продолжать программу, которая оказалась крайне неразумной, а в некоторых случаях — контрпродуктивной» (Berend 1996: 81).
55. См., напр., подробное планирование работы IBK по созданию весенней и летней коллекции 1956 г., описанное в торговом журнале ГДР Textil und Faserstoff technik (1955, № 1, с. 53–56), а также описание координирования цветовых решений и дизайна представительских моделей для осенней Лейпцигской ярмарки в том же журнале (1955, № 9, с. 500–503).
56. Ubieramy się w M.H.D. («Мы одеваемся в MHD») // Świat. 1951. № 3. С. 18.
57. Письмо, подписанное инициалами R.M., Prague (Прага), было опубликовано в разделе Dopisy («Письма») // Żena a móda. 1951. № 8. С. 22.
58. Ibid.
59. Tanio i ładnie («Недорого и красиво») // Świat. 1953. № 47. С. 23.
60. Tanio i ładnie («Недорого и красиво») // Świat. 1954. № 37. С. 23.
61. Письмо Элли Фойгт цитируется в издании: Pence 2001: 241.
62. Ibid.: 244.
63. См., напр., Das Nähen der Perlon- und Monofilstrümpfe // Textil und Faserstofftechnik. 1954. № 3. С. 170–171.
64. Kahl W. Modische Streiflichter und Erkenntnisse aus Paris und Mailand («Обзор последних модных тенденций из Парижа и Милана») // Die Bekleidung. 1955. № 2. С. 21–22; I.K. Trägt die Pariserin A- oder H- Mode? («Какой силуэт носят парижанки — "A" или "H"?») // Berliner Zeitung. 31.07.1955.
65. Ez a divat, основанный в 1950 г., был первым послевоенным журналом Венгрии.
66. См.: Ez a divat. 1954. № 2; 1955. № 1; 1955. № 3.
67. В 1955 г. текстиль с абстрактным рисунком был частью того же дискурса; см.: Przeglad Artystyczny («Художественный вестник») (1955, № 1). В прессе появлялись статьи, посвященные западным художникам левых взглядов, таким как Пабло Пикассо и Фернан Леже, и отечественное абстракционистское искусство вскоре получило официальную поддержку.
68. См., напр., Świat. 1953. № 14, С. 23; 1954. № 7. С. 23; 1954. № 18. С. 23; 1954. № 50. С. 23; 1955. № 6. С. 23.
69. Svijet был основан государственной издательской компанией Vjesnik.
70. Магда Велтруски, интервью автора, Загреб, 2005 г. Она начала работу в журнале Svijet в середине 1950-х гг. и вскоре заняла пост редактора отдела моды.
71. Ibid.
72. Modni pregled («Обзор модных тенденций») // Svijet. 1954. № 9. С. 3.

ГЛАВА 4 *Холодная война и модная война*

1. Описываемый период получил свое название благодаря роману Ильи Эренбурга «Оттепель», опубликованному в 1954 г.
2. Lady Packing for a Trip // Newsweek. 27.07.1959. P. 42.

3. New York Times. 05.08.1959. Советская пресса нервозно отреагировала на пропаганду консюмеризма и заинтересованную реакцию на нее русской публики. Газета «Известия» ехидно недоумевала, чем на самом деле является выставка в Москве: демонстрацией экономических достижений великой страны или рекламой товаров американского универмага (см.: Ivan Takes a Look at American Life // US News and World Report [10.07.1959]. P. 42).
4. Fuss over Fashions // Newsweek. 27.07.1959. P. 21.
5. По совету сотрудников американского посольства в Москве организаторы выставки сделали бóльший акцент на рекламе американского потребительского рынка, чем на проблеме свободы слова и других сферах политики. Подробнее об обеих выставках см.: Hixson 1998; Caute 2003.
6. Frankel M. Coliseum Exhibition Depicts Nation Not as It Is, but as It Wishes to Be // New York Times. 30.06.1959.
7. Foreign Trade: Red Sales // Time. 06.07.1959. P. 68.
8. ГУМ — аббревиатура названия «Государственный универсальный магазин». Он был открыт в конце XIX в. и первоначально финансировался московскими торговцами и ремесленниками. Расположенный на Красной площади, ГУМ до 1917 г. состоял из множества небольших частных магазинов. После революции ГУМ был национализирован и стал главным универмагом Советского Союза.
9. Описывая партийную элиту, присутствовавшую на параде 7 ноября на Красной площади, Михаил Восленский замечал: «Где еще найти толпу номенклатуры, как не на близких к Мавзолею трибунах в этот праздничный день! Вот они стоят на светло-сером камне трибуны — грузные мужчины с грубоватыми властными лицами, их полные стареющие жены, раскормленные румяные дети. Все оделись тепло: по площади, шурша в знаменах, дует ветер, и покалывает лица острый ноябрьский снежок. Пальто из отличной английской шерсти, бархатистые шубы-дубленки, роскошные каракулевые манто, меховые шапки окружают вас со всех сторон. Но соблюдается неписаное правило номенклатуры: все эти дорогие вещи должны носиться без щеголеватой подтянутости, а несколько мешковато-неуклюже, и лица женщин не должны быть подмазанными. Это последняя скромная дань мифическому пролетарскому происхождению номенклатуры и ее мнимому демократизму» (Восленский 2005: 630).
10. Микоян вступил в коммунистическую партию в 1915 г., Хрущев — в 1918-м. Козлов, близкий соратник Хрущева, стал членом Президиума и затем заместителем председателя Совета Министров СССР в конце 1950-х гг. На подписи к фотографии на обложке Time от 13 июля 1959 г. именует Козлова потенциальным преемником Хрущева, однако после отстранения последнего Козлов лишился власти.
11. Chanel 1959. Pariz: Jesenja moda za normalne žene («Шанель 1959. Из Парижа: осенние модели для обычных женщин») // Globus. 22.08.1959.
12. Ibid. Отмечая постоянство стиля Шанель на протяжении 1920-х и 1930-х гг., западная пресса называла ее работы старомодными и консервативными (De la Haye & Tobin 1994). Валери Стил (Steele 1993) замечает, что, в отличие от корреспондентов французских и английских женских журналов, только американцы, которые и сами побаивались перемен в сфере моды, благосклонно отнеслись к коллекциям Шанель после ее возвращения в 1954 г.
13. Ефремова Л. Что такое парижская мода и как одеваются женщины Парижа // Журнал мод. 1958. № 3. С. 24–25.
14. Там же.
15. Člověk dělá šaty («Человек делает платье») // Žena a móda. 1950. № 10. С. 19–20.
16. Módní linie («Модные тенденции») // Žena a móda. 1957. № 2. С. 11.

17. Письмо Элли Шмидт министру легкой промышленности. Берлин, 01.12.1955 // Modearchiv, Stiftung Stadtmuseum Berlin, MO SM1-14.
18. Ich über mich («Я о себе»), редакционная заметка // Sibylle. 1956. № 1. С. 9.
19. Schmidt E. Willkommen Sibylle («Добро пожаловать, Sibylle») // Sibylle. 1956. № 1. С. 9.
20. Schmidt E. Wir sahen in Paris («Что мы видели в Париже») // Sibylle. 1956. № 1. С. 12–13.
21. Świat. 1956. № 20. С. 23; 1956. № 21. С. 23.
22. См., напр.: Ez a divat. Будапешт, 1956, № 5; 1956, специальный летний выпуск; 1957, № 2; 1957, № 3; 1957, № 5.
23. Rothschild K. Ez Párizs («Это Париж») // Ez a divat. 1957. № 8. С. 4–5.
24. Nádor V. Őszi-téli divatbemutatókon Parizsban («Модные показы осенне-зимней коллекции в Париже») // Ez a divat. 1957. № 9. С. 10–11.
25. Основанный в начале 1960-х гг., журнал Pesti divat выходил четыре раза в год небольшим тиражом в пару тысяч экземпляров и представлял собой издание Венгерского центрального института моды.
26. Schmidt E. Mut zur Mode! («Воля к моде!») // Die Bekleidung. 1956. № 6. С. 1.
27. Stockholm, Augusztus («Стокгольм в августе») // Nők lapja. 28.08.1958.
28. Procházková H. Deset let Dómu mody («Десять лет "Дому мод"» // Žena a móda. 1966. № 7. С. 16–17.
29. Svačinka V. Páte patro Domu módy v Praze («Пятый этаж "Дома мод"») // Tvar. 1958. № 4. С. 126–128.
30. International Conference of Advertising Workers («Международная конференция работников рекламы») // Naš publicitet («Наша реклама»). 1956. № 3–4. С. 33.
31. Projekt. 1957. № 6. С. 32.
32. Sibylle kämpfte um Sibylle («Sibylle проложил дорогу к Sibylle) // Sibylle. 1957. № 5. С. 23.
33. Kertzscher I. Berlin hat seine erste Boutique («Первый берлинский бутик») // Neues Deutschland. 16.08.1958.
34. S.G. Sibylle besuchte Sibylle («Sibylle в гостях у Sibylle») // Sibylle. 1958. № 5. С. 58–59.
35. Neues und Altes von der Sibylle («Новое и старое от Sibylle») // Frau von heute. 1958. № 50. С. 17.
36. Tržnica ukusa («Рынок вкуса») // Globus. 15.1960. № 46. С. 28–29.
37. For Ladies Only («Только для женщин») // Hungarian Review. 1964. № 4. С. 12–13. Hungarian Review представлял собой ежемесячное пропагандистское издание, публиковавшееся на нескольких иностранных языках и предназначавшееся в основном для западной аудитории.
38. S.N. The Art of Window-Dressing («Искусство оформления витрин») // Hungarian Review. 1962. № 3. С. 23–24.
39. В Советском Союзе частных модных салонов не существовало. Вместо этого имелось множество государственных ателье, поставлявших готовую одежду как для привилегированных слоев общества, так и для обычных граждан (хотя первые обслуживались лучше).
40. Мила Миркович (Mila Mirković), интервью с автором, Загреб, май 2001 г.
41. Modna revija («Модный показ») // Svijet. 1956. № 5. Хотя в статье упоминалось о презентациях коллекций и государственных, и частных предприятий, на сопровождающих текст иллюстрациях были представлены лишь последние.
42. После прихода коммунистов к власти самые известные довоенные модные салоны Rosenbaum и Podolská были национализированы и переименованы: Podolská превратился в Eva, а Rosenbaum — в Styl.
43. См. рекламу Módní závody в журнале Tvar (1958, № 5).
44. Официально салон Розенбаум больше не носил ее имя. Он назывался Különlegességi Női Ruhaszalon («Специализированный модный салон для женщин»), а с 1976 г. — «Салон "Клара"»

(Clara Salon). Подобным же образом довоенный салон Arató после войны превратился в Budapest Szalon. Я благодарна венгерскому модельеру Эве Месарош, работавшей в салоне Арато в середине 1950-х гг., за предоставленные мне сведения (интервью с автором, Будапешт, 2004).

45. Stošić B. Diori su među nama («Диоры среди нас») // Globus.1959. № 15. С. 40–41.
46. Ibid.: 40.
47. Я благодарна госпоже Елинек, которая согласилась дать мне интервью и предоставила доступ к своему личному архиву (февраль 2001).
48. Ambasador mode («Посланница моды») // Globus. 1960. № 49. С. 29.
49. Žuži of Yugoslavia // Globus. 1959. № 2. С. 40–41.
50. После ряда модных показов в Нью-Йорке, где демонстрировались работы Елинек, ее американский представитель, специалист по связям с общественностью Марта Палмер в декабре 1959 г. отправила ей в Загреб отчаянное письмо. Она напоминала о публикациях в средствах массовой информации, которые Палмер организовала для Елинек, о последовавших за ними заказах из универмагов и требовала, чтобы последние были выполнены. Благодаря деловым связям Палмер о Елинек были напечатаны материалы в New York Times, Herald Tribune, Women's Wear Daily, Host (журнал, посвященный гостиничному бизнесу), а также показана передача по национальному телевидению (письмо М. Палмер находится в личном архиве Елинек).
51. Emerson G. Yugoslavs Also Copy Paris Style («Югославы тоже копируют парижский стиль») // New York Times. 04.05.1959.
52. The New Class // Time. 13 August 1965. В статье также утверждается, что Клара Ротшильд получала «государственную зарплату в 20 000 долларов в год» и представляла собой, таким образом, «одно из наиболее ценных достояний Яноша Кадара».
53. В разговоре со мной (февраль 2001) госпожа Елинек утверждала, что президент Тито объявил ее врагом народа в публичном заявлении 22 февраля 1962 г. (впрочем, я не смогла найти в прессе того времени никаких данных, подтверждающих эти сведения). В итоге она уехала в Швейцарию, где стала преуспевающей и богатой предпринимательницей. В 1964 г. она вернулась в Хорватию, чтобы управлять собственным частным модным салоном. Что касается ее деятельности в образовательной сфере, Елинек вела газетную колонку и написала несколько книг, посвященных адекватному стилю и благопристойной элегантности в моде.
54. Ziólkówa A. Spór o kostium klasyczny («Спор о классическом костюме») // Świat. 1956. № 29. С. 23.
55. Международный конгресс моды // Работница. 1957. № 7. С. 28–29; Michal V. Osmý mezinárodni kongress módy v Moskvě («Восьмой Международный конгресс моды в Москве») // Žena a móda. 1957. № 9. С. 2–4. Помимо советского ОДМО, чехословацкого TT, венгерского RTV, польской Центральной текстильной лаборатории и восточногерманского IBK, в социалистическом конгрессе моды участвовали и другие организации, включая болгарский Центр новых товаров и моды и румынский Институт моды. Демонстрируя политический интерес к социалистическому миру, в качестве наблюдателя на конгрессе выступал Китай. Эта страна, а также Албания и Куба продолжали выполнять функцию наблюдателей на конгрессах моды. Иногда к ним присоединялась Югославия.
56. Ефремова Л. IX Международный конгресс моды // Журнал мод. 1958. № 4. Зима 1958–1959. С. 37.
57. Специализированное ежегодное издание «Мода стран социализма», выходившее в Москве, публиковало отчеты о социалистических конгрессах моды с 1959 и вплоть до последнего (1990-го) года. Несколько сотен экземпляров бесплатно распределялись между представителями стран-участниц. Журнал служил средством пропаганды социалистической моды.

В нем содержались лишь изображения моделей, участвовавших в проводившихся на конгрессах показах.

58. Malik G. Am Anfang war das Institut («Вначале был институт») // Sibylle. 1961. № 5. С. 39.
59. Groszowa H. Warszawski Dior («Варшавский Диор») // Polska. 1959. № 4. С. 17–19. В статье отмечалось, что адекватные представления о пропорциях и цветовых сочетаниях, используемых при изготовлении одежды, Грабовска усвоила благодаря своему воспитанию.
60. Ibid.
61. Хотя в центральном институте моды продолжали работать одни и те же дизайнеры, венгерское Министерство легкой промышленности постоянно меняло название и реформировало структуру этой организации, причем каждая новая реорганизация все яснее подчеркивала представительскую роль института. В 1963 г. три подразделения, занимавшиеся одеждой, трикотажем и обувью, были объединены в Ruházati Mintatervezö Vállalat (Институт разработки моделей одежды), который впоследствии, в 1968 г., превратился в Divat Tervezö Vállalat (Институт модного дизайна).
62. Pfannstiel M. Rendezvous der Mode («Модные рандеву») // Sibylle. 1958. № 4. С. 31.
63. Месарош утверждала, что коллекции, представленные странами-участницами, способствовали творческому и информационному обмену между дизайнерами из разнообразных национальных институтов моды, однако отрицала при этом, что та или иная коллекция навязывалась другим в качестве обязательного модного тренда (интервью с автором, Будапешт, 2004).
64. Подробнее о концепте идеологического конструирования реальности см.: Epstein 1995.
65. Даже площадь, отводившаяся под ту или иную коллекцию, стала здесь предметом напряженной конкуренции. Выставка Соединенных Штатов занимала 28 тыс. кв. м, Советского Союза — 25 тыс. кв. м. Чехословакия остановилась на 11 тыс. кв. м, а Венгрии и Югославии пришлось довольствоваться гораздо меньшими выставочными площадями — 3 тыс. и 2,8 тыс. кв. м соответственно. См.: Exposition universelle et internationale de Bruxelles. 1958. Vol. 1. L'organization et le fonctionnement. Brussels, 1961. Pp. 116–117.
66. Профессор текстильного дизайна Пражской академии прикладных искусств Антонин Кибал, опираясь на свой довоенный опыт, спланировал и оформил выставочное пространство чехословацкого павильона. Фоторепортажи о чехословацкой выставке в Брюсселе были опубликованы в журналах Tvar (1958, № 9–10) и Žena a móda (1958, № 10, с. 20–21).
67. Tvar. 1958. № 6–7.
68. Брюссельское жюри присудило 619 Гран-при, 887 золотых медалей и 620 почетных дипломов.
69. All's Fair («Все это ярмарка») // Time. 28.04.1958.
70. P.J. Világjáró Magyar ruhák // Ez a divat. 1958. № 10. С. 2–3.
71. Budapest Fashion Letter // Hungarian Review. 1958. № 11. С. 19–21.
72. Аги Облат, в течение 1960-х и 1970-х гг. отвечавшая за организацию венгерских модных показов на Западе, поделилась со мной воспоминаниями об этих мероприятиях (Будапешт, 1999).
73. Там же. Аги Облат вспоминала, что эти модные показы были идеально организованы, а модели одежды великолепно пошиты. Она отдавала должное Надор, которой модные коллекции были обязаны своим успехом.
74. Berliner Chic in aller Welt («Берлинский шик во всем мире») // Sibylle. 1958. № 5. С. 31.
75. Berlin Fashions in Helsinki («Берлинская мода в Хельсинки») // GDR Review. 1958. № 12. С. 11. GDR Review представлял собой ежемесячное пропагандистское издание, публиковавшееся на нескольких иностранных языках и предназначавшееся в основном для западной аудитории.

76. Vitoušková M. Poprve v Paříži («Впервые в Париже») // Žena a móda. 1966. № 1. С. 6–7.
77. Hrubá V. Jeden den na Porte de Versailles («Один день в Порте де Версаль») // Žena a móda. 1966. № 7. С. 12–13.
78. В Чехословакии не успели многому научиться у Запада. Советская военная интервенция 1968 г. и период «нормализации» заморозили освободительные процессы во всех сферах общественной жизни.
79. Подробнее см.: Neuman & Cullars 1992.
80. A Lipcsei nemzetközi vásár («На лейпцигской международной ярмарке») // Ez a divat. 1955, специальный весенний выпуск; E.P. Jarni veletrh v Lipsku («Весенняя ярмарка в Лейпциге») // Žena a móda. 1955. № 5. С. 4–6. Элли Шмидт планировала пригласить на Лейпцигскую ярмарку ведущих французских кутюрье, однако этому помешала нехватка финансовых средств. Тем не менее в мероприятии участвовали западные модные дома среднего ранга.
81. Ein kurzes Rendez-vous mit Frau Mode («Недолгое рандеву с госпожой Модой») // Leipziger Fruhjahrsmesse. 1956, приложение к Berliner Zeitung. 29.02.1956.
82. Донская А. Показ мод в Лейпциге // Журнал мод. 1961. № 3. С. 14.
83. Там же.
84. Dvije sajamske medalje («Две медали на ярмарке») // Svijet. 1968. № 22. С. 6–7.
85. Cijene su važne («Цена имеет значение») // Narodni List. 17.04.1957.
86. Ibid.
87. Sajam mode 1958 («Ярмарка моды 1958») // Svijet. 1958. № 6.
88. Nők lapja. 24.05.1968.
89. Hungexpo // Fair Chronicle. 07.1968. Цит по: Gescer & Kitzinger 2002.
90. Nők lapja. 24.05.1968.
91. Pfannstiel M. Rückblick und Auftakt («Оглянись и начинай») // Sibylle. 1958. № 5. С. 16; Berlin — a New Fashion Centre? («Берлин — новый центр моды?») // GDR Review. 1958. № 11. С. 11. О восприятии Берлинской недели моды публикой см.: Stitziel 2005: 74–77.
92. Подробнее о берлинской неделе моды см.: Stitziel 2005: 74–77.
93. Pribramska M. Christian Dior // Vlasta. 1966. № 48. P. 16.
94. Журнал мод. 1968. № 2 (92), лето. Редакционная статья, подпись: И. Андреева.
95. Там же.
96. Ulbricht W. Über Standardisierung und Mode («О стандартизации и моде») // Neues Deutschland. 13.08.1959. С. 4.
97. Moda je hirovita. Ona izmišlja koješta («Мода капризна. Она все время изобретает чушь») // Večernji vjesnik («Вечерний вестник»). 10.05.1958.
98. Moda se mijenja, ali ne pravi skokove («Мода и правда меняется, но без внезапных скачков») // Svijet. 1958. № 9.
99. Римское письмо о моде // Nők lapja. 05.06.1958.
100. Modna revija («Модный показ») // Svijet. 1958. № 4.
101. Путешествие в моду // Работница. 1966. № 1. ОДМО располагался на центральной улице Москвы, называвшейся «Кузнецкий мост». Этот адрес традиционно связан с модой, поскольку здесь до революции находились роскошные магазины одежды.
102. Там же.
103. Selbmann K. 10 Jahre Deutsches Modeinstitut: 10 Jahre Dienst an der Schönheit («Десятилетие Германского института моды: десять лет работы над сотворением красоты») // Sibylle. 1962. № 5. С. 9.
104. В разных славянских языках, таких как русский, чешский, хорватский и сербский, последняя модная тенденция описывается словом «крик». Последняя глава книги Русановой так

и называется: «"Последний крик моды!" "Крик!" "Крик!"». Этот заголовок, призванный, по всей вероятности, передать истерический характер моды, в то же время свидетельствует о свойственной автору книги боязни перемен.

105. Mrkvičková Z. 30 let prace oděvni výtvarnice («Тридцать лет художника моды») // Žena a móda. 1958. № 7. С. 25.
106. Все модельеры, работавшие при социализме, от Славы Зайцева в России до Эвы Месарош в Венгрии и Жужи Елинек в Хорватии, подчеркивали, что подписка на западные модные журналы стала самой важной переходной вехой в их работе. В то же самое время специалисты в области моды из восточногерманских, венгерских и чехословацких институтов моды получили возможность посещать модные показы на Западе.
107. Holzman M. 24 godziny z życia kobiety («24 часа из жизни женщины») // Polska. 1962. № 8. С. 44–45. Те же эстетические критерии и ценности пропагандировались в статье Pan bóg stworzył kobietę («Бог создал женщину») // Polska. [1962. № 6]. С. 7–9.
108. Доротея Мелис, интервью с автором, Берлин, январь 2008 г.
109. Bertram T. Jugendmode im Examen («Изучая молодежную моду») // Sibylle. 1962. № 1. С. 11.
110. Ibid.
111. Das kleine Kostüm («Костюмчик») // Sibylle. 1962. № 3. с. 25.
112. См., напр., редакционный материал Ein schöner Tag für Sie allein («Прекрасный день, специально для нее») // Sibylle. 1964. № 3. С. 36–49.
113. Мелис, интервью с автором, Берлин, январь 2008 г.
114. В 1945 г. модельер Жужи Елинек вернулась в освобожденный Загреб, чтобы открыть там Prvi partizanski modni salon («Первый партизанский модный салон»). Он располагался в лучшем районе, на главной площади города. Политическая лояльность Елинек и ее деловые связи позволили ей наладить взаимоотношения с социалистической администрацией.
115. Ambasador mode («Посланница моды») // Globus. 06.06.1960. С. 28.
116. В книге «Мифологии» Барт утверждал, что «угнетенный делает мир, и у него есть лишь активно-транзитивный, политический язык; угнетатель же охраняет устои, и его слово всеобъемлюще, нетранзитивно, носит характер театрального жеста — это и есть Миф; у одного язык нацелен на преобразование, у другого на увековечение». По мысли Барта, «левый миф» пребывает в условиях «сущностной бедности», на основе которой вырастают лишь «редкие и скудные мифы», и лишь «правый миф» «становится сущностным — упитанно-лоснящимся, экспансивно-болтливым, неистощимым на выдумки» (Барт 1996: 272–276).

ГЛАВА 5 *От красного к бежевому: система правил*

1. Ольга Вайнштейн, интервью с автором, Лондон, 2005 г.
2. Жена Тито, Йованка Броз, носила атласные платья, расшитые бисером, созданные ведущими югославскими дизайнерами, такими как Александр Йоксимович и Жужи Елинек, а также венгерским модельером Кларой Ротшильд.
3. О развитии в 1960-х гг. неофициальной экономики и системы социальных связей в Советском Союзе и социалистических странах Восточной Европы писали многие исследователи. Хэнкис именует этот феномен «вторым обществом», утверждая, что «первое», официальное, и «второе», неофициальное, общества существовали в Венгрии одновременно, дополняя друг друга (Hankiss 1990).
4. Подробнее см.: Vejvoda 1996; Lampe 1996.
5. О договоре между властями и средним классом при Брежневе см.: Millar 1988.

6. Средний класс Чехословакии расторг эту неофициальную сделку в 1968 г., попытавшись завоевать для себя бóльшие свободы в период «пражской весны». Договор был аннулирован и заключен заново лишь в начале 1970-х гг., в период нормализации. Деполитизация общества в это время выражалась в увеличении потребительского спроса, который между 1970 и 1978 гг. вырос на 36,5 процента.
7. См.: Журнал мод. 1956. № 3. С. 38–39 и Sibylle. 1956. № 1. С. 20–21.
8. За исключением Чехословакии, Центральная и Восточная Европа были мало урбанизированы до Второй мировой войны. Почти две трети граждан Польши и Венгрии и три четверти балканского населения жили в деревнях. Подробнее см.: Berend 1996; Cohen 1989.
9. Маскулия А. В гости, театр и концерт // Журнал мод. 1958. № 3. С. 34–35. Маскулия объясняет в сноске понятия «коктейль» и «а ля фуршет»: «Коктейль — прием от 5 до 7–8 часов вечера, на котором подают небольшое угощение — чай, вино, фрукты, печенье, конфеты. Название произошло от английского слова, обозначающего смесь напитков. "А ля фуршет" — прием, на котором гости едят не сидя за столом, а стоя. Стол накрыт холодными закусками, гости обслуживают себя сами».
10. Там же.
11. Там же.
12. Английский перевод цитаты, заимствованной из издания Burget & Kovácsvölgi 1959, приводится в книге: Oblath 2000.
13. В последующие 22 года югославский справочник хороших манер «Иллюстрированное пособие по этикету» пережил семь переизданий. Каждое из них содержало 15 тыс. экземпляров. Автор Джёрдже Зелманович (Đorđe Zelmanović) утверждал в 7-м издании книги: «Книга отражает колоссальные изменения, произошедшие в обществе. За два десятилетия городское население Югославии выросло с 2,1 до 4 млн (то есть удвоилось), и многие из его представителей нуждались в руководстве, которое помогло бы им отшлифовать свои манеры» (Zelmanović 1985: 6–7). Из разговора с господином Зелмановичем (Загреб, февраль 2001) я узнала, что издатель, познакомив его с коллекцией уже существовавших на тот момент аналогичных французских, английских и немецких справочников, настаивал на обязательном и скорейшем написании руководства и согласился выплатить за него большой гонорар.
14. См.: Elias 2000; Perrot 1994: 87–89.
15. В 1950-е гг. на Западе стремление представительниц среднего класса к независимости контролировалось и направлялось в социально приемлемое русло. Женщинам предлагалось удовлетворять свои амбиции с помощью украшения дома, организации вечеринок и приготовления изысканных блюд.
16. Az öltözködés iskolája («Школа одежды»). Урок № 39 // Nők lapja. 02.01.1958.
17. Veselý L. Festivalová pohlednice («Фестивальная открытка») // Žena a móda. 1956. № 8. С. 24.
18. Co to jest szczęście? («Что такое счастье?») // Polska. 1957. № 8. С. 28–29.
19. Modna wiosna! («Модная весна!») // Świat Mody. 1962. № 51.
20. Огонек. 04.03.1962. № 10. С. 31.
21. Hétre várom a Nemzetinél ... («Встреча у Национального театра в 7 часов вечера....») // Nők lapja. 24.07.1958.
22. Ženski šeširi («Дамские шляпы»), раздел Modni leksikon («Модный лексикон») // Svijet. 15.11.1964. № 22. С. 14.
23. Идет ли вам эта шляпа? // Работница. Декабрь 1957. № 12. С. 30.
24. Květy. 22.08.1957. № 34. С. 23; 26.12.1957. № 52. С. 23; Журнал мод. Зима 1958–1959. С. 36; Svijet. 1964. № 20, С. 39.
25. Svijet. 1964. № 18. С. 8–9.

26. Lesson in Good Taste («Урок хорошего вкуса») // GDR Review. 1960. № 4. С. 49.
27. В феврале 1960 г. на обложке хорватского иллюстрированного журнала Globus все еще красовались модели в классических нарядах, демонстрировавшихся на текущей модной торговой ярмарке. Французский дизайнер Жак Грифф к тому времени, в 1958 г., уже создал платье-«мешок», и его свободный силуэт доминировал в модных тенденциях следующего десятилетия.
28. Любое определение «хорошего вкуса» является спорным. Используемое мной понятие мещанского хорошего вкуса подразумевает стандартизацию, банальность, анонимность и отказ от нарушения принятых эстетических границ.
29. Czechoslovaks Seen as Fashion Conscious // Christian Science Monitor. 10.02.1967.
30. Представители ОДМО обычно подчеркивали, что мода не собирается меняться в следующем сезоне; см. статьи «Наше интервью» (Работница, 1966, № 1, с. 29) и «Путешествие в моду» (в том же номере).
31. Семенова Е. Как одеваться дома // Работница. Август 1963.
32. Как уже упоминалось, Югославия и Венгрия, более свободно взаимодействовавшие с Западом, чем другие социалистические страны, буквально копировали модели их западных популярных журналов. Советские модельеры перенимали стиль конкурентов, однако сами работы последних не публиковались в модных изданиях. Чехословакия продолжала полагаться на отечественных дизайнеров, представляя публике одежду в традиционном стиле, изготовление которой требовало высокого уровня мастерства.
33. Steineckert G. War'n Sie schon im Metropol? («Были ли Вы недавно в "Метрополе"?») // Sibylle. 1960. № 5. С. 74–75. Оперетта Messeschlager Gisela (автор либретто — Йо Шульц, автор музыки — Герд Натчинский) ставилась на сцене театра «Метрополь». Однако поскольку постановка носила полемический характер и критиковала устоявшиеся методы моделирования и производства одежды, она была запрещена через несколько недель показа.
34. Nagrada koja čeka ime («Награда в поисках героя») // Svijet. 1964. № 17. С. 10.
35. ...i znów najmodniejsze "damy w czerni" («...И вновь самая модная — "леди в черном"») // Świat Mody. Зима 1961–1962. № 50.
36. Vrbanić N. U znaku ruža («Под знаком розы») // Svijet. 01.11.1964. С. 32.
37. Семенова Е. Украшения? Да, но в меру // Работница. 1959. № 2. С. 32.
38. Ziólkówa A. Prostota! Prostota! Prostota! («Простота! Простота! Простота!») // Świat. 1956. № 46. С. 23.
39. Nekoliko riječi o bojama («Несколько слов о цвете») // Svijet. Июль 1957. № 7.
40. В августе 1963 г. «Работница» опубликовала две статьи на одной странице. Одна критиковала привычку носить вечерние наряды на работе («На работе»), а другая содержала рекомендации относительно стиля домашней одежды (Семенова Е. Как одеваться и дома).
41. Сарафан — широкое свободное платье без рукавов, халат — бесформенное платье, застегивающееся спереди на пуговицы по всей длине. Выбор обоих силуэтов, как правило, простителен для полных женщин.
42. Работница. 1957. № 7. С. 28–29.
43. Моше Левин утверждает, что «культ личности» Сталина сменился «культом государства» и бюрократия превратила партию в собственного «правящего прислужника». Левин именует советскую систему «бюрократическим абсолютизмом» и пишет, что проект Хрущева провалился, поскольку планировавшиеся им радикальные изменения не устраивали бюрократическую верхушку общества (Lewin 1995: 204–208). Данэм (Dunham 1990) также замечает, что причиной неудачи Хрущева послужил революционный характер его реформ.

44. В конце 1950-х и на протяжении 1960-х гг. журнал «Декоративное искусство СССР» посвятил много страниц реабилитации авангарда 1920-х гг., в особенности — конструктивистов, чьи работы и идеи были полностью подвергнуты забвению в сталинское время.
45. О могуществе бюрократии при социализме упоминается во многих работах; см., напр.: Djilas 1957; Nove 1979; Lewin 1995.
46. Р. Хатчингс признавал опасность благопристойного и ничем не примечательного стиля, свойственного советской моде 1960-х гг.: «Монотонная повторяемость визуальных форм, отвечающих принципам хорошего вкуса, лишь немногим лучше царившей ранее монотонности безвкусицы, а потому она представляет собой одну из опасностей, угрожающих советскому обществу» (Hutchings 1968: 84).
47. Тед Полимус и Линн Проктер (Polhemus & Procter 1978) утверждают, что любая концепция «хорошего вкуса», независимо от социального статуса ее носителей, противоречит самой сущности моды.

ГЛАВА 6 *Закат социалистической моды*

1. Андреева И. Редакционная статья // Журнал мод. 1968. № 2.
2. Две моды Парижа // Журнал мод. 1967. № 3.
3. Astromóda na minikola // Žena a móda. 1970. № 7. С. 10–11.
4. Jedes Jahr zur Lepiziger Messe: Moda Polska («Каждый год на Лейпцигской ярмарке: Moda Polska») // Sibylle. 1967. № 1. С. 23–29.
5. Viteški oklop i plastična haljina, раздел Modni krik («Крик моды») // Svijet. 1968. № 22. С. 5.
6. Haló, svět chce neformální módu («Эй, миру нужна неформальная мода») // Žena a móda. 1970. № 9. С. 8–9.
7. Schwarze Kleider («Черные платья») // Sibylle. 1964. № 5. С. 64–69.
8. The COMECON Fashion Congress Is Over // Népszabadság. 18.02.1969.
9. Информацию о Magyar Divat Intézet я получила из разговора с Эвой Месарош (Будапешт, 2004), которая проработала 40 лет в качестве дизайнера Венгерского центрального института моды.
10. Там же.
11. Подробнее см.: Stokes 2000.
12. См., напр.: Dederon and Plauen Lace // GDR Review. 1959. № 11. С. 57.
13. We Love Woolens // GDR Review. 1960. № 1. С. 28–29; Wolcrylon: Wolfen Polyacrylnitril // GDR Review. 1960. № 2. С. 20–23.
14. Präsent 20 // GDR Review. 1971. № 2. С. 6–7.
15. Divatséta az NDK-ban («Экскурсия в мир моды ГДР») // Nők lapja. 13.04.1968. С. 20.
16. Основанный в 1958 г. ВИАлегпром (Всесоюзный институт ассортимента изделий легкой промышленности и культуры одежды) в основном занимался вопросами текстильной и швейной промышленности, однако он также координировал работу по созданию и производству бытовых товаров — обивочных тканей, ковров и фарфоровых изделий. См. также: Андреева 1976.
17. Валерия Ковач рассказывала о модных показах на конференции «Одежда и мода при социализме» (Clothing and Fashion in Socialism) в Историческом музее Будапешта в ноябре 2007 г.
18. Текстильный институт был основан в 1929 г., после ВХУТЕМАСа и ВХУТЕИНа. Первоначально там учились только инженеры, однако постепенно, на протяжении 1930-х гг., в программу вводились курсы текстильного дизайна. Изучение модного дизайна началось лишь

в конце 1950-х гг. (интервью с Татьяной Козловой, деканом Текстильного института, Москва, июнь 2004).

19. Информацией о характере деятельности ОДМО на протяжении 1970-х и 1980-х гг. со мной поделился русский модельер Слава Зайцев во время интервью в Москве в июне 2004 г.
20. Слава Зайцев, интервью с автором, Москва, 2004 г.
21. Там же.
22. Там же. Зайцев рассказывал, что был счастлив получить доступ к западным модным журналам, и подчеркивал, что он всегда делился информацией с коллегами, для которых он организовывал семинары, посвященные работам Диора, Живанши, Баленсиаги и Кардена. Модельеры изучали их, использовали, вдохновлялись, однако их собственные предложения, по словам Зайцева, зачастую не принимались художественным советом ОДМО.
23. Там же. События передаются так, как они были изложены мне Зайцевым.
24. Дом моды Славы Зайцева открыт до сих пор. Основным источником дохода служит для него продажа духов «Маруся», созданных в сотрудничестве с L'Oreal в 1992 г.
25. Зайцев, интервью с автором, 2004.
26. Miss Hungary és a többiek («Мисс Венгрия и другие») // Nők lapja. 31.08.1968. С. 20–21. Hungarotex был государственной компанией, занимавшейся экспортом текстильной продукции.
27. Hase G. The Vogue for Folklore («Мода на фольклор») // Poland. 1974. № 10. С. 44–45.
28. Там же.
29. Krumbholz E. Folklore und Mode («Фольклор и мода») // Sibylle. 1970. № 6. С. 46–49. В статье утверждалось, что в Cepelia работают 100 специалистов, включая этнографов, историков и живописцев, также 20 тыс. местных кустарей, объединенных в кооперативы. О деятельности Cepelia см. также: Taylor 1997.
30. Лидия Орлова рассказала мне о своей работе в качестве редактора «Работницы» и трех других советских модных изданий, которыми она занималась после 1986 г. (интервью с автором, Москва, июнь 2004).
31. Там же.
32. Орлова подчеркивала, что ее официально снабжали иностранной валютой для покупки западных модных журналов. Ее любимыми изданиями были Jardin des Modes и Burda. Проявив инициативу, Орлова связалась с госпожой Бурда и получила разрешение бесплатно перепечатывать выкройки, публиковавшиеся в ее журнале.
33. Тираж издания не мог удовлетворить огромный спрос на него. Советский вариант журнала Burda публиковался в Западной Германии, поскольку советская сторона не смогла обеспечить необходимое типографское оборудование. В разговоре со мной (2004) Орлова утверждала, что советские власти, начиная с Горбачева, были разочарованы, когда поняли, что советское издание представляет собой просто перевод немецкого.
34. Орлова, интервью с автором, 2004 г.
35. Орлова Л. Наш адрес: Кузнецкий мост, редакционная статья // Журнал мод. 1988. № 1.
36. Месарош, интервью с автором, 2004. Эва Месарош была редактором этих модных новелл в Pesti divat.
37. Швейные компании поставляли товары хорошего качества как на западный, так и на социалистический рынок СЭВ; в последнем случае предприятия субсидировались государством. Оказавшись, в результате изменения политического климата, перед необходимостью поставлять качественную одежду и на отечественный рынок, они продолжали продавать ее по экспортным ценам, чтобы компенсировать потерю государственных субсидий. См.: Réti G. Price Level in Clothing and Price Politics // Monthly Trade Report of the [Hungarian] Ministry of Home Trade and the Ministry of Foreign Trade. November 1978. Pp. 20–24.

38. Месарош, интервью с автором, 2004 г. Месарош утверждала, что магазин Института моды пользовался большой популярностью и у него была постоянная клиентура.
39. «Дом современной одежды» был основан в 1966 г. путем слияния универмага «Дом мод», ассоциации бывших частных модных салонов и магазина Darex, где продавались эксклюзивные товары за иностранную валюту. См.: Procházková H. Deset let Domu módy («Десять лет "Дому мод"») // Žena a móda. 1966. № 7. С. 16–17.
40. Кася Муравска-Мутгесиус (Kasia Murawska-Muthesius), интервью с автором, Лондон, октябрь 2007 г.
41. Некоторые сведения о работе Exquisit я получила из разговора с Доротеей Мелис, которая после ужесточения идеологического давления покинула Sibylle в 1970 г. и заняла должность управляющего Exquisit. В период процветания сеть имела годовой оборот в три миллиарда немецких марок (Мелис, интервью с автором, Берлин, январь 2008). О деятельности сети Exquisit см. также: Heldmann 2001; Stitziel 2005.
42. Статья Туровской вызвала полемический отклик Ревекки Фрумкиной, которая заявила, что, будучи современницей Туровской и работая в Академии наук, она не имела доступа к перечисленным кинокритиком жизненным благам, поскольку ее социальный статус в них не конвертировался — см.: Фрумкина Р. Предлагаемые обстоятельства // Неприкосновенный запас. 2002. № 4 (24) (электронная версия: *magazines.russ/nz/2002/4/frum.html*). По-разному представляя себе понятие «среднего класса», оба автора, однако, подчеркивали значение личных связей в повседневной жизни советского общества.
43. Ирина Крутикова, интервью с автором, Москва, апрель 2007 г.
44. См. также: Hann 1990.

ГЛАВА 7 *Возрождение моды*

1. Šubara bez krznara («Меховая шапка без помощи меховщика») // Svijet. 1964. № 21. С. 29.
2. Krzneni ovratnik koji može obnoviti vaš kostim («Меховой воротник, который может обновить ваш костюм»), рубрика «Краткий урок шитья» // Svijet. 1964. № 20. С. 15.
3. Рубрика «Одна выкройка — три платья» в журнале Svijet. 1981. № 17.
4. U novogodišnjoj noći — lijepi («В новогоднюю ночь — прекрасна»), рубрика Šivajte sami («Шейте сами») // Svijet. 1964. № 24. С. 2.
5. Ibid.
6. Slavljenički: Čak i ako niste posve vitki («Праздники: даже если вы не слишком стройны») // Svijet. 1976. № 26. С. 60–62. См. также, напр.: Nisam sasvim vitka («Я не слишком стройная») // Svijet. 1964. № 14. С. 26; Proljeće- ljeto 75 u punijoj liniji («Весна-лето 1975, модели для полных») // Svijet. 1975. № 5. С. 62–63.
7. Vezmi si zástěru! («Возьмите фартук») // Květy («Цветы»). 1968. № 43. С. 46; Házias divat («Мода для дома») // Nők lapja. 10.02.1968. С. 19–20.
8. Charleston! Samba! Cza-cza-cza! Ramba! («Чарльстон! Самба! Ча-ча-ча! Румба!») // Świat Mody. Зима 1961–1962. № 50.
9. В отличие от социалистических женщин, представительницы западного мира разработали собственные техники поведения, от бунта до семантического перекодирования, чтобы справиться с давлением навязываемого им коммерческими институтами образа «женственности». См. об этом: Evans & Thornton 1989; Wilson 1990, 1993.
10. Solarová H. Ženy mohou být krásné i bez briliantů a safirů («Женщины могут быть красивы и без бриллиантов и сапфиров») // Žena a móda. 1971. № 8. С. 8–9. Svijet также опубликовал пару очерков, посвященных жизни Шанель и ее моделям (1971, № 2; 1974, № 20).

11. Háčkovaný kostým («Трикотажный костюм») // Žena a móda. 1971. № 8. С. 18–19.
12. Kleiner Schneiderkursus («Краткий курс шитья») // Praktische Mode. 1963. № 12. С. 20–21.
13. См.: Stitziel 2005: 151.
14. Moda Polska // Sibylle. 1967. № 1. С. 23.
15. Ibid.
16. Vještina krojenja u vrećici («Искусство кройки в конверте») // Svijet. 1974. № 19. С. 21. Название статьи намекало на тот факт, что читатели могли заказать выкройки по почте, тогда как обычные выкройки, публиковавшиеся в журнале, прилагались к каждому выпуску.
17. Ne možete se boriti protiv šortsa, preostaje vam samo dam u se pridružite. Ali... («Вы не можете бороться против шорт, вам остается только присоединиться. Но...») // Svijet. 1971. № 6. С. 48–49. Шорты были впервые представлены в журнале Svijet в рубрике «Модель № 1» в предыдущем выпуске под названием «Виват, шорты!» (Svijet. 1971. № 5. С. 3).
18. По словам Мелис, Sibylle стремился лишь вдохновлять своих читательниц, а не отражать реальное положение вещей. Доротея Мелис, интервью с автором, Берлин, январь 2008 г.
19. Šijeme si doma samy («Шьем дома сами») // Žena a móda. 1958. № 2. С. 18–19.
20. Hoff B. Dziś — Letnia kolekcja własna Przekroju («Сегодня — собственная летняя коллекция "Przekrój"») // Przekrój. 1960. № 793. С. 16–17; 1960. № 798. С. 16–17.
21. A Look at Two Cities // East Europe: A Monthly Review of East-European Affairs. 1960. № 1. Pp. 22–30.
22. Напр., в 1975 г. государство потратило 34 млн рублей только в Москве на починку одежды из-за плохого качества товаров массового производства (см. об этом: Герасимова, Чуйкина 2004).
23. Татьяна Козлова, интервью с автором, Москва, июнь 2004 г. Моя другая московская информантка, Лидия Орлова, также была клиенткой Левашовой.
24. Орлова Л. Режиссер улицы // L'Officiel. 1999. № 11. С. 59. Орлова пишет, что ателье Левашовой располагалось в здании Русского центра моды.
25. Когда Диор представлял свою коллекцию в Москве в 1959 г., Алла Левашова, которая в то время работала в Общесоюзном доме моделей, сумела наладить контакты с модным Домом Dior. В 1965 г., будучи руководителем СХКБ, Левашова организовала официальный визит советской делегации на предприятия Кристиана Диора и Жака Гриффа, а также на несколько известных текстильных фабрик. Входившая в состав делегации Л.К. Ефремова также ранее была дизайнером Всесоюзного дома моделей, а затем — главным модельером СХКБ.
26. Козлова, интервью с автором, июнь 2004 г. Татьяна Козлова также подчеркивала, что помимо специальных ателье, обслуживавших людей с нестандартными формами (напр., слишком высоких или слишком полных), которые не могли найти для себя одежду подходящего размера в магазинах, существовали ателье, где перешивали старую или больше не подходящую владельцам одежду. В Москве один из Домов мод специализировался исключительно на одежде для полных женщин, снабжая многочисленные государственные ателье города соответствующими моделями и выкройками.
27. Пустите моду в ателье! // Работница. 1960. № 10. С. 26–27.
28. Алена Долецкая, интервью по телефону с автором, март 2005 г. О том же, хотя и менее подробно, Долецкая упоминала в своей статье в первом номере русского Vogue; она подчеркивала, что на фотографиях в семейном альбоме ее мать и отец похожи на итальянских актеров периода неореализма (Vogue. 1998. № 1. С. 173).
29. Réczey, Pekáry & Gondi 1960: 252.
30. Аги Облат, интервью с автором, Будапешт, 1999 г. Облат была женой генерального директора Hungarotex и сама обладала высоким официальным рангом.

31. Описание эпизода см.: Oblath 2000.
32. Каталина Дожа, интервью с автором, Будапешт, ноябрь 2006 г. У Дожа в юности было два платья работы Ротшильд, которые для нее заказала и приобрела ее мать.
33. Магда Велтруски, интервью с автором, Загреб, июль 2005 г.
34. Майя Косич (мать которой была клиенткой Елинек), интервью с автором, Загреб, июль 2005 г.
35. Среди них, в частности, были Мария Бакарич, руководительница хорватской женской антифашистской организации, жена главы хорватского правительства Владимира Бакарича, и Анка Берус, участница хорватского движения сопротивления, впоследствии ставшая известной политической фигурой. О деятельности ателье Тильды Степински и его клиентах мне рассказал Томислав Яворчич, мать которого в 1950–1970-е гг. работала у Степински портнихой (интервью, Загреб, ноябрь 2005). Будучи ребенком, Яворчич часто за небольшую плату относил готовые платья заказчикам. Он также вспоминал, что роскошные ткани Степинска получала из Швейцарии. Посылки приходили на разные частные адреса — напр., на домашние адреса портних: таким образом, удавалось избежать таможенных расходов.
36. Маргит Силвицки, интервью с автором, Будапешт, ноябрь 2007 г. По мнению Силвицки, Corvina экспортировала ее рисунки. О созданных ею моделях одежды и художественной деятельности см. также: Szilvitzky 2007.
37. Нада Дрновжек, интервью с автором, Загреб, февраль 2002 г.
38. A divat vegletei («Крайности моды») // Lúdas matyi. 21.07.1977. C. 7. В статье подчеркивалось, что государственные ателье не берут дополнительной платы за переделку не подошедшего заказчику товара, а цены там, как правило, значительно ниже, чем в бутиках.
39. Эва Кёртвееш, интервью с автором, Будапешт, июль 2005 г.
40. Венгерский социолог Петер Жольт (1995) также рассматривает легализацию венгерских частных магазинов в конце 1970-х гг. как процесс, с помощью которого власти деполитизировали моду с целью укрепления собственной власти.
41. История рассказана от первого лица; все остальные произведения в книге имеют тот или иной автобиографический подтекст.
42. Рассказчик знает, что мать Джеральдины — британка по происхождению и героиня достает новые наряды с помощью сотрудника Британского посольства, которого в итоге также обвиняют в промышленном шпионаже и высылают из Чехословакии.
43. Одержимость, с которой граждане социалистических стран относились к вещам западного производства, превращала последние в фетиш, как его определяет Бодрийяр: «Фетиш творит чудеса: он убирает из мира случайность и подменяет ее абсолютной необходимостью» (Baudrillard 1990: 114).
44. О деятельности государственного черного рынка в Восточной Германии см.: Heldmann 2001.
45. Названия торговых сетей — «Комис», «Комисиона» и бытовавшее в народе «комок» — указывали на их родство с комиссионным магазином, осуществляющим посреднические функции между непосредственным продавцом и покупателем.
46. Система обменных валютных сертификатов была введена в Советском Союзе в 1960-е гг. Их выдавали советским гражданам, работавшим за границей в качестве дипломатов или технических специалистов, а также писателям и ученым, получавшим гонорары за публикацию произведений или использование изобретений за границей. Зарубежная валюта, которую зарабатывали эти люди, удерживалась государством, обменивавшим ее на вышеупомянутые чеки.

47. В 1970-е гг. в магазинах сети «Березка» нельзя было купить самые популярные модели джинсов (Levi's, Lee или Wrangler); вместо этого там продавались товары итальянской марки Super Rifle.
48. Охрана, стоявшая у дверей, имела право потребовать у любого входившего в «Березку» удостоверение личности, поскольку пользоваться услугами магазина могли лишь непосредственные владельцы чеков. Другим это было запрещено. Ольга Вайнштейн, интервью с автором, Лондон, 2005 г.
49. В период перестройки пара туфель западного производства могла стоить 700 долларов, а дизайнерский костюм — 3000 долларов, что в несколько раз превышало их потребительскую стоимость на хорошо снабжавшихся западных рынках (Gray 1990: 159).
50. Плисецкая была вынуждена покупать одежду на черном рынке, поскольку первоначально была «невыездной». Как только ситуация изменилась и Плисецкая стала выезжать с Большим театром на зарубежные гастроли, ее гардероб пополнился вещами от Шанель и Кардена — в основном подарками дизайнеров, которые были почитателями таланта балерины (Плисецкая 1998).
51. Советская культура. 19.04.1986. № 48 (6148).
52. Комсомольская правда. 12.11.1982.
53. Мода и экономика // Комсомольская правда. 14.11.1979.
54. Парафраз замечания Эмили Аптер о том, что «фетиш обладает статусом материализованного означающего», в предисловии к изданию: Apter & Pietz 1993: 3.
55. В 2002 г. я расспрашивала московских знакомых о подпольном производстве модных товаров при социализме, и все мои собеседники подтвердили, что эта деятельность имела место, была широко распространена и все о ней знали.
56. Кооперативные магазины открылись во время перестройки с появлением нового законодательства, позволявшего людям заниматься частной предпринимательской деятельностью. В этих магазинах продавались, напр., подделки под джинсы известных мировых брендов, произведенные в Индии или Афганистане.
57. Об очередях см.: Verdery 1996: 40–46.
58. Вайнштейн, интервью с автором, 2005 г.
59. Ifjúsági magazine («Молодежный журнал»). 1967. № 5. С. 58; цит. по: Hammer 2008: 65. О джинсах в Венгрии см. также: Hammer 2008.
60. В 1975 г. производство отечественных джинсов началось также в Польше и Восточной Германии.
61. В 1978 г. Советский Союз собирался заключить подобную сделку с Jesus Jeans, однако этому воспрепятствовали начало войны в Афганистане и эскалация холодной войны. Также велись переговоры с компаниями Levi's, Wrangler и Lee, однако в итоге лицензионное отечественное производство этих брендов так и не было налажено.
62. Сербская компания Beko выпускала джинсы Lee Cooper с 1978 г., а хорватское текстильное предприятие Varteks с 1983 г. занималось производством товаров Levi's. В то же самое время Wrangler выпускался в Македонии. Западные партнеры жестко следили за качеством продукции. Все эти компании снабжали югославский рынок фирменными джинсами. Об истории бытования джинсов в Восточной Германии см.: Menzel 2004.
63. О советских шопинг-турах в Восточную Европу и связанных с ними потребительских практиках см.: Gorsuch 2006.
64. Gospodari mračnih putova («Повелители темных путей») // NIN. 30.07.1972.

65. СЭВ (Совет экономической взаимопомощи; английская аббревиатура — Comecon) образовался в 1949 г. как институт, способствующий развитию экономического сотрудничества, торговли и взаимопомощи стран Восточного блока.
66. Najgore riječi: "Nemam ništa"! («Худшие слова: "У меня ничего нет"!» // Večernji list. 18.02.1976. В то время Югославия насчитывала 20 млн граждан: это значит, что в упомянутый год некоторые из них пересекали границу много раз.
67. Horváth G. Suffering and Legitimacy («Страдание и законность»), доклад на конференции Culture with Frontiers: Shopping Tourists and Traveling Objects in Post-War Central Europe («Культура и границы: шопинг-туры и путешествующие объекты в послевоенной Центральной Европе»), Будапешт, 26–28 апреля 1998 г. Приведенная сумма подразумевает лишь те товары, которые граждане приобретали частным образом и самостоятельно провозили через границу.
68. Эта цифра составляет примерно треть ежегодного югославского западного импорта, который в начале 1980-х гг. приближался к 1,220 млн долларов; Lampe 1996: 273.
69. Mladi vole romantične junake («Молодежь предпочитает романтических героев») // Svijet. 1968. № 21. С. 34–35.
70. Najgore riječi: "Nemam ništa!". В статье сообщалось, что в 1975 г. 544 тыс. югославов должны были заплатить таможенные пошлины при пересечении границы и что 17 117 из них не желали декларировать подлежавшие налогообложению товары, что являлось преступлением. Им пришлось заплатить штраф; общая стоимость конфискованных у нарушителей товаров составляла 60 млн динаров.
71. Ср. замечание Адель Мари Баркер: «Жизнь советского общества процветала в неофициальном пространстве. Пользуясь терминологией Бахтина, можно сказать, что в мире повседневности советский метанарратив превращался из монолога в диалог и даже полилог, поскольку советские граждане постоянно переформулировали и трансформировали его — не с намерением свергнуть систему, а повинуясь простому желанию купить себе пару приличных туфель» (Barker 1999: 22).
72. О практиках шопинг-туров, рассматриваемых в венгерском контексте, см.: Dessewffy 2002.

Библиография

Андреева 1976 — Андреева И. Институт, работающий на промышленность красоты: ВИАлегпром // Советское декоративное искусство. 1976. № 7 (53). С. 96–102.

Аркин 1929a — Аркин Д. Эстетика вещи и наша художественная культура // Печать и революция. 1929. № 4. С. 18–30.

Аркин 1929b — Аркин Д. Искусство вещи // Ежегодник литературы и искусства на 1929 г. М.: Коммунистическая академия, 1929. С. 428–471.

Арманд 1931 — Арманд Т. Орнаментация ткани: Руководство по росписи ткани. М.; Л.: Academia, 1931.

Барт 1996 — Барт Р. Мифологии. М.: Издательство имени Сабашниковых, 1996.

Беляева-Экземплярская 1996 (1934) — Беляева-Экземплярская С. Моделирование одежды по законам зрительного восприятия. М.: Академия моды, 1996. Репринт.

Богданов 1929 — Богданов А. Красная звезда: Роман-утопия. Л.: Изд-во «Красная газета», 1929.

Бодрийяр 1995 — Бодрийяр Ж. Система вещей. М.: Рудомино, 1995.

Брик 1924 — Брик О. От картины к ситцу // ЛЕФ. 1924. № 2. С. 27–34.

Ветров 1924 — Ветров А. Художественная промышленность за годы революции // Советская культура: итоги и перспективы (Приложение к журналу «Красная нива»). М.: Издательство «Известия ЦИК СССР и ВЦИК», 1924. С. 334–342.

Восленский 2005 — Восленский М. Номенклатура. М.: Захаров, 2005.

Герасимова, Чуйкина 2004 — Герасимова Е., Чуйкина С. Общество ремонта // Неприкосновенный запас. 2004. № 2 (34) (электронная версия: *magazines.russ.ru/nz/2004/34/ger85.html*).

Дебор 2000 — Дебор Ги. Общество спектакля. М.: Логос, 2000.

Делоне 1928 — Делоне С. Стандартизация костюма // Искусство одеваться. 1928. № 2. С. 2.

Евреинов 1923 — Евреинов Н. Облик парижанки 1923 г. // Ателье. 1923. № 1. С. 9–10.

Ефремова 1960 — Ефремова Л. О культуре одежды. М.: Искусство, 1960.

Жид 2002 — Жид А. Поправки к моему «Возвращению из СССР»: (Июнь 1937) // Жид А. Собр. соч.: В 7 т. Т. 7. М.: Терра — Книжный клуб, 1937.

Искусство в производстве. М.: [Худ.-производ. сов. отд. изобразительных искусств Наркомпроса], 1921.

Каменов 1956 — Каменов В.Г. ГУМ. М.: Госторгиздат, 1956.

Коллонтай 1927 — Коллонтай А. Василиса Малыгина. М.; Л.: Государственное издательство, 1927.

Коршунова 2002 — Коршунова Т.Т. Русский модельер Надежда Ламанова, 1861–1941. СПб.: Государственный Эрмитаж, 2002.

Ламанова 1926 — Ламанова Н. О костюме // Женский журнал. 1926. № 1. С. 16.

Лебина 1999 — Лебина Н.В. Повседневная жизнь советского города: Нормы и аномалии: 1920–1930 годы. СПб.: Журнал «Нева» — Издательско-торговый дом «Летний Сад», 1999.

Лебина, Чистиков 2003 — Лебина Н.В., Чистиков А.Н. Обыватель и реформы. СПб.: Дмитрий Буланин, 2003.

Луначарский 1928a — Луначарский А. Культурная революция и искусство // Советское искусство. 1928. № 4. С. 5–12.

Луначарский 1928b — Луначарский А. Своевременно ли подумать рабочему об искусстве одеваться? // Искусство одеваться. 1928. № 1. С. 3.

Малинина 1958 — Малинина Н.И. Организация изготовления легкого женского платья бригадным методом // Красивая одежда: (Из опыта работы моск<овского> ателье. М.: Госторгиздат, 1958. С. 10–29.

Масс 1922 — Масс В. Панкрасы левого фронта // Зрелища. 1922. № 10. С. 8–9.

Миндлин 1922 — Миндлин Эм. О прямой, об эволюции пиджака и о стиле РСФСР // Зрелища. 1922. № 8. С. 10–11.

Плисецкая 1998 — Плисецкая М. Я, Майя Плисецкая... М., 1998.

Прибыльская 1923 — Прибыльская Е. Вышивка в настоящем производстве // Ателье. 1923. № 1. С. 7–8.

Протоколы Всероссийской конференции по художественной промышленности. М., 1920.

Рогинская 1930 — Рогинская Ф. Советский текстиль. М.: Художественное издательское акц. о-во АХР, 1930.

Родченко 1982 — Родченко А.М. Статьи. Воспоминания. Автобиографические записки. Письма. М.: Советский художник, 1982.

Русанова 1962 — Русанова О. Раздумья о красоте и вкусе. М.: Знание, 1962.

Степанова 1923 — Степанова В. Костюм сегодняшнего дня — прозодежда // ЛЕФ. 1923. № 2. С. 65–68.

Стриженова 1972 — Стриженова Т. Из истории советского костюма. М.: Советский художник, 1972.

Строгова 1927 — Строгова Е. Бабы: (Фабричные очерки) // Перевал: Сборник. М.: Молодая гвардия. Сб. 5; см. также: *www.ruthenia.ru/sovlit/c/1021413.html.*

Судакевич 1960 — Судакевич А.А. Одевайтесь красиво // Вам, девушки. М.: Медгиз, 1960.

Суров 1951 — Суров А. Рассвет над Москвой. М.: Искусство, 1951.

Третьяков 1923a — Третьяков С. ЛЕФ и НЭП // ЛЕФ. 1923. № 2. С. 70–78.

Третьяков 1923b — Третьяков С. Откуда и куда? // ЛЕФ. 1923. № 1. С. 192–203.

Третьяков 1927 — Третьяков С. Хороший тон // Новый ЛЕФ. 1927. № 5. С. 26–30.

Трифонов 1923 — Трифонов П.Р. Промышленность и художественное производство // Ателье. 1923. № 1. С. 44–45.

Тугендхольд 1923 — Тугендхольд Я. Выставка художественной промышленности в Москве // Русское искусство. 1923. № 2–3. С. 101–107.

Тугендхольд 1925b — Тугендхольд Я. Париж // Красная нива. № 41. С. 986–989.

Туровская 2002 — Туровская М. Советский средний класс // Неприкосновенный запас. 2002. № 1 (21) (электронная версия *magazines.russ.ru/nz/2002/21/tur.html*).

Федоров-Давыдов 1975 — Федоров-Давыдов А.А. Русское и советское искусство: Статьи и очерки. М.: Искусство, 1975.

фон-Мекк 1923 — фон-Мекк В. Костюм и революция // Ателье. 1923. № 1. С. 31–32.

Фуко 1999 — Фуко М. Надзирать и наказывать: Рождение тюрьмы / под ред. Ирины Борисовой. М.: Ad Marginem, 1999.

Эйхенгольц 1935 — Эйхенгольц Е. Художники советского текстиля // Искусство. 1935. № 4. С. 141–151.

Экстер 1923a — Экстер А. В конструктивной одежде // Ателье. 1923. № 1. С. 4–5.

Экстер 1923b — Экстер А. Простота и практичность в одежде // Красная нива. 1923. № 21. С. 31.

Экстер 1923c — Экстер А. В поисках новой одежды // Всероссийская выставка художественной промышленности. 1923. № 2. С. 16–18.

Aldridge 1945 — Aldridge D. Radio Report: First Russian Fashions // Vogue. 1945. No. 7. Pp. 48–49.

Apter & Pietz 1993 — Apter E., Pietz W., eds. Fetishism as Cultural Discourse. Ithaca: Cornell University Press, 1993.

Arkin[e] 1925 — Arkin[e] D. L'artiste et l'industrie // L'art décoratif et industriel de l'U.R.S.S, выставочный каталог. М., 1925. С. 39–47.

Arvatov 1997 (1925) — Arvatov B. Everyday Life and the Culture of the Thing // October. No. 81 (Summer). Pp. 119–128.

Attwood & Kelly 1998 — Attwood L., Kelly C. Programmes for Identity: The "New Man" and the "New Woman" // Constructing Russian Culture in the Age of Revolution 1881–1940, ed. Catriona Kelly and David Shepherd. Oxford: Oxford University Press, 1998. pp. 256–290.

Attwood 1999 — Attwood L. Creating the New Soviet Woman: Women's Magazines as Engineers of Female Identity 1922–53. Basingstoke: Macmillan, 1999.

Azhgikhina & Goscilo 1996 — Azhgikhina N., Goscilo H. Getting under Their Skin: The Beauty Salon in Russian Women's Lives // Russia Women Culture, ed. Helen Goscilo and Beth Holmgren. Bloomington: Indiana University Press, 1996. Pp. 94–121.

Bakshtein 1993 — Bakshtein J. Notes on the Origin of Socialist Realist Iconography // Aesthetic Arsenal, ed. Miranda Banks. N.Y.: P.S. 1 Museum, 1993. Pp. 47–60.

Ball 1987 — Ball A.M. Russia's Last Capitalists: The Nepmen, 1921–1929. Berkeley: University of California Press, 1987.

Barker 1999 — Barker A.M. The Culture Factory: Theorizing the Popular in the Old and New Russia // Consuming Russia: Popular Culture, Sex, and Society since Gorbachev, ed. Adele Marie Barker. Durham: Duke University Press, 1999. Pp. 12–45.

Barthes 1976 — Barthes R. Mythologies. London: Paladin, 1976.

Barthes 1990 — Barthes R. The Fashion System. Berkeley: University of California Press, 1990.

Barthes 2006 — Barthes R. The Language of Fashion. Oxford: Berg, 2006.

Bartlett 2004 — Bartlett D. Let Them Wear Beige: The Petit- Bourgeois World of Official Socialist Dress // Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture. 2004. Vol. 2. Pp. 127–164.

Baudelaire 1964 — Baudelaire Ch. The Painter of Modern Life and Other Essays. London: Phaidon Press, 1964.

Baudrillard 1990 — Baudrillard J. Fatal Strategies.. N.Y.: Semiotext(e), 1990.

Baudrillard 1993 — Baudrillard J. Symbolic Exchange and Death. London: Sage, 1993.

Baudrillard 2005 — Baudrillard J. The System of Objects. London: Verso, 2005.

Bauman 1976 — Bauman Z. Socialism: The Active Utopia. London: George Allen and Unwin, 1976.

Bauman 1994a — Bauman Z. Communism: A Post-mortem // Intimations of Postmodernity, ed. Zygmunt Bauman. London: Routledge, 1994. Pp. 156–174.

Bauman 1994b — Bauman Z. Living without an Alternative // Intimations of Postmodernity, ed. Zygmunt Bauman. London: Routledge, 1994. Pp. 175–186.

Benjamin 1999 — Benjamin W. The Arcades Project. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1999.

Berend 1996 — Berend I.T. Central and Eastern Europe, 1944–1993: Detour from the Periphery to the Periphery. Cambridge: Cambridge University Press, 1996.

Bogdanov 1984 — Bogdanov A. Red Star: The First Bolshevik Utopia. ed. Loren R. Graham and Richard Stites. Bloomington: Indiana University Press, 1984.

Bonnell 1991 — Bonnell V.E. The Representation of Women in Early Soviet Political Art // Russian Review. 1991. No. 3. Pp. 267–288.

Boucher 1952 — Boucher F. Geopolitique du costume // L'amour de l'art, 1er trimestre. 1952. Pp. 69–75.

Bourdieu 1977 — Bourdieu P. Outline of a Theory of Practice. Cambridge: Cambridge University Press, 1977.

Bourdieu 1986 — Bourdieu P. Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste. London: Routledge, 1986.

Bourdieu 1993 — Bourdieu P. Haute Couture and Haute Culture // Sociology in Question, ed. Pierre Bourdieu. London: Sage, 1993. Pp. 132–138.

Bowlt 1985 — Bowlt J.E. Constructivism and Early Soviet Fashion Design // Bolshevik Culture: Experiment and Order in the Russian Revolution, ed. Abbott Gleason, Peter Kenez, and Richard Stites. Bloomington: Indiana University Press, 1985. Pp. 203–219.

Bown 1991 — Bown M.C. Art under Stalin. Oxford: Phaidon, 1991.

Brovkin 1998 — Brovkin V.N. Russia after Lenin: Politics, Culture and Society, 1921–1929. London: Routledge, 1998.

Burget & Kovácsvölgyi 1959 — Burget L., Kovacsvolgyi S. Hogyan viselkedjünk? («Как нам следует себя вести?») // Móra, 1959.

Carr 1970 — Carr E.H. Socialism in One Country, 1924–1926. Harmondsworth: Penguin, 1970.

Caute 2003 — Caute D. The Dancer Defects: The Struggle for Cultural Supremacy during the Cold War. Oxford: Oxford University Press, 2003.

Certeau de 1988 — Certeau M. de. The Practice of Everyday Life. Berkeley: University of California Press, 1988.

Chesterton 1942 — Chesterton A. Salute the Soviet. London: Chapman and Hall, 1942.

Clark 1993 — Clark T. The New Man's Body: A Motive of Early Soviet Culture // Art of the Soviets: Painting, Sculpture and Architecture in a One Party State 1917–1992, ed. Brandon Taylor and Matthew Cullerne Bown. Manchester: Manchester University Press, 1993. Pp. 33–50.

Cohen 1989 — Cohen L.J. The Socialist Pyramid: Elites and Power in Yugoslavia. London: Tri-Service Press, 1989.

Dabrowski, Dickerman & Galassi 1998 — Dabrowski M., Dickerman L., Galassi P., eds. Aleksandr Rodchenko. N.Y.: Museum of Modern Art, 1998.

Davies 1997 — Davies S.R. Popular Opinion in Stalin's Russia: Terror, Propaganda and Dissent, 1934–1941. Cambridge: Cambridge University Press, 1997.

De la Haye & Tobin 1994 — De la Haye A., Tobin Sh. Chanel: The Couturiere at Work. London: Victoria and Albert Museum, 1994.

Debord 1995 — Debord G. Society of the Spectacle. N.Y.: Zone Books, 1995.

Dessewffy 2002 — Dessewffy T. Speculators and Travellers: The Political Construction of the Tourist in the Kadar Regime // Cultural Studies. 2002. No. 16 (1). Pp. 44–62.

Djilas 1957 — Djilas M. The New Class: An Analysis of the Communist System. London: Thames and Hudson, 1957.

Dončević 1990 — Dončević S. Kolovoz u Topuskom («Август в Топуско») // Zbornik sjećanja: Vjesnik 1940–1990 («Сборник воспоминаний: "Vjesnik" 1940–1990»), ed. M. Bekić et al. Zagreb: Vjesnik, 1990. Pp. 83–85.

Douglas 1992 — Douglas Ch. Russian Fabric Design, 1928–32 // The Great Utopia: The Russian and Soviet Avant-Garde, 1915–32, ed. Thomas Krens. N.Y.: Guggenheim Museum, 1992. Pp. 634–647.

Douglas 1997 — Douglas M. In Defence of Shopping // The Shopping Experience, ed. Pasi Falk and Colin Campbell. London: Sage, 1997. Pp. 15–30.

Douglas 1999 — Douglas Ch. Six (and a Few More) Russian Women of the Avant-Garde Together // Amazons of the avant-garde, ed. John E. Bowlt and Matthew Drutt. London: Royal Academy of Arts, 1999.

Dózsa 1991a — Dózsa K. Magyar divattörténet — I rész 1945–1949 («История венгерской моды, 1945–1949, Часть 1») // Historia. 1991, No. 13 (4). Pp. 22–24.

Dózsa 1991b — Dózsa K. Magyar divattörténet — II rész 1945–1949 («История венгерской моды, 1945–1949, Часть 2») // Historia. 1991. No. 13 (5–6). Pp. 50–51.

Dunham 1990 (1976) — Dunham V.S. In Stalin's Time: Middleclass Values in Soviet Fiction. Durham: Duke University Press, 1990.

Durst 2000 — Durst E. Russian Art Nouveau Fashion // Experiment, 2000. No. 7.

Einhorn 1993 — Einhorn B. Cinderella Goes to the Market: Citizenship, Gender and Women's Movements in East Central Europe. London: Verso, 1993.

Elias 2000 (1939) — Elias N. The Civilizing Process. Oxford: Blackwell, 2000.

Encyclopédie des arts décoratifs et industriels modernes au XXème siécle. 1977 (1925). 12 vols. Originally Paris: Impr. nationale, Office central d'éditions et de librairie; reprinted, N.Y.: Garland, 1977.

Epstein 1995 — Epstein M. The Origins and Meaning of Russian Postmodernism // Re-entering the Sign: Articulating New Russian Culture, ed. Ellen E. Berry and Anesa Miller-Pogacar. Ann Arbor: University of Michigan Press, 1995. Pp. 25–47.

Evans & Thornton 1989 — Evans C., Thornton M. Women and Fashion: A New Look. London: Quartet Books, 1989.

Exposition universelle et internationale de Bruxelles, 1958. 1961. Vol. 1, L'organisation et le fonctionnement. Brussels.

Ferre 2001 — Ferre G. Stalin's Uniform or the Incarnation of the Sublime // Uniform: Order and Disorder, ed. Francesco Bonami, Maria Luisa Frisa, and Stefano Tonchi. Milan: Charta, 2001. Pp. 186–189.

Fitzpatrick 1988 — Fitzpatrick Sh. Middle-Class Values and Soviet Life in the 1930s // Soviet Society and Culture: Essays in Honor of Vera S. Dunham, ed. Terry L. Thompson and Richard Robert Sheldon. Boulder: Westview Press, 1988. Pp. 20–38.

Fitzpatrick 1993 — Fitzpatrick Sh. The Cultural Front: Power and Culture in Revolutionary Russia. Ithaca: Cornell University Press, 1993.

Flint 1997 — Flint L. Unzipping the USSR: Jeans as a Symbol of the Struggle between Consumerism and Consumption in the Brezhnev Era: MA thesis, Central European University. Budapest, 1997.

Foster 1999 — Foster H. Some Uses and Abuses of Russian Constructivism // Art into Life: Russian Constructivism 1914–1932. N.Y.: Rizzoli, 1999. Pp. 241–253.

Foucault 1991 — Foucault M. Discipline and Punish. London: Penguin, 1991.

Gassner 1992 — Gassner H. The Constructivists: Modernism on the Way to Modernization // The Great Utopia: The Russian and Soviet Avant-Garde, 1915–32, ed. Thomas Krens. N.Y.: Guggenheim Museum, 1992. Pp. 298–319.

Geldern von & Stites 1995 — Geldern J. von, Stites R., eds. Mass Culture in Soviet Russia. Bloomington: Indiana University Press, 1995.

Gescer & Kitzinger 2002 — Gescer O., Kitzinger D. Fairy Sales: The Budapest International Fairs as Virtual Shopping Tours // Cultural Studies. 2002. No. 16 (1). Pp. 145–164.

Gide 1937 — Gide A. Afterthoughts: A Sequel to Back from the U.S.S.R. London: M. Secker and Warburg, 1937.

Golomstock 1993 — Golomstock I. Problems in the Study of Stalinist Culture // Aesthetic Arsenal: Soviet Realism under Stalin, ed. Miranda Banks N.Y.: P.S. 1 Museum, 1993. Pp. 12–19.

Gorsuch 2006 — Gorsuch A.E. Time Travellers // Turizm: The Russian and East European Tourist under Capitalism and Socialism, ed. Anne E. Gorsuch and Dianne P. Koenker. Ithaca: Cornell University Press, 2006. Pp. 205–226.

Goscilo 1996 — Goscilo H. Dehexing Sex: Russian Womanhood during and after Glasnost. Ann Arbor: University of Michigan Press, 1996.

Gray 1990 — Gray Francine du Plessix Soviet Women: Walking the Tightrope. N.Y.: Doubleday, 1990.

Green 1994 — Green N.L. Art and Industry: The Language of Modernization in the Production of Fashion // French Historical Studies. 1994. No. 18 (3). Pp. 722–748.

Gronow 2003 — Gronow J. Caviar with Champagne: Common Luxury and the Ideals of the Good Life in Stalin's Russia. Oxford: Berg, 2003.

Groys & Hollein 2003 — Groys B., Hollein M., eds. Dream Factory Communism: The Visual Culture of the Stalin Era. Frankfurt: Hatje Cantz, 2003.

Groys 1992 — Groys B. The Total Art of Stalinism: Avant-Garde, Aesthetic Dictatorship, and Beyond. Princeton: Princeton University Press, 1992.

Groys 1996 — Groys B. The Birth of Socialist Realism from the Spirit of the Russian Avant-Garde // Laboratory of Dreams: The Russian Avant-Garde and Cultural Experiment, ed. John E. Bowlt and Olga Matich. Stanford: Stanford University Press, 1996. Pp. 193–218.

Gunther 1962 — Gunther J. Inside Russia Today. London: H. Hamilton, 1962.

Hammer 2008 — Hammer F. Sartorial Manoeuvres in the Dusk: Blue Jeans in Socialist Hungary // Citizenship and Consumption, ed. Frank Trentmann and Kate Soper. London: Palgrave Macmillan, 2008.

Hankiss 1990 — Hankiss E. East European Alternatives. Oxford: Clarendon Press, 1990.

Hann 1990 — Hann C. Second Economy and Civil Society // Market Economy and Civil Society in Hungary, ed. C.M. Hann. London: Frank Cass, 1990. Pp. 21–44.

Hanson 1974 — Hanson P. Advertising and Socialism: The Nature and Extent of Consumer Advertising in the Soviet Union, Poland, Hungary, and Yugoslavia. London: Macmillan, 1974.

Havel 1991 — Havel V. Open Letters: Selected Prose 1965–1990. London: Faber and Faber, 1991.

Havel et al. 1985 — Havel V. et al. The Power of the Powerless. Ed. John Keane. Armonk, N.Y.: M. E. Sharpe, 1985.

Heldmann 2001 — Heldmann Ph. Negotiating Consumption in a Dictatorship: Consumer Politics in the GDR in the 1950s and the 1960s // The Politics of Consumption: Material Culture and Citizenship in Europe and America, ed. Martin J. Daunton and Matthew Hilton. Oxford: Berg, 2001. Pp. 185–202.

Heller 1997 — Heller L. A World of Prettiness // Socialist Realism without Shores, ed. Thomas Lahusen and Evgenii Aleksandrovich Dobrenko. Durham: Duke University Press, 1997. Pp. 51–75.

Hessler 2000 — Hessler J. Cultured Trade: The Stalinist Turn towards Consumerism // Stalinism: New Directions, ed. Sheila Fitzpatrick. London: Routledge, 2000. Pp. 182–209.

Hindus 1962 — Hindus M.G. House without a Roof: Russia after 43 Years of Revolution. London: Victor Gollancz, 1962.

Hixson 1998 — Hixson W.L. Parting the Curtain: Propaganda, Culture, and the Cold War, 1945–1961. London: Macmillan, 1998.

Hlaváčková 2000 — Hlavačkova K. Czech Fashion 1940–1970: Mirror of the Times. Prague: u(p)m and Olympia Publishing, 2000.

Hobsbawm 1983 — Hobsbawm E.J. Introduction: Inventing Traditions // The Invention of Tradition, ed. Eric J. Hobsbawm and Terence O. Ranger. Cambridge: Cambridge University Press, 1983. Pp. 1–14.

Hollander 1994 — Hollander A. Sex and Suits. N.Y.: Alfred A. Knopf, 1994.

Hutchings 1968 — Hutchings R. The Weakening of Ideological Infl uences upon Soviet Design // Slavic Review. 1968. No. 1. Pp. 71–84.

Hutchings 1976 — Hutchings R. Soviet Science, Technology and Design: Interaction and Convergence. Oxford: Oxford University Press, 1976.

Jelinek 1961 — Jelinek Ž. Tajna dobro odjevene žene: Pravila privlačnosti i dobrog ukusa («Тайна хорошо одетой женщины: правила привлекательности и хорошего вкуса»). Zagreb: NIP, 1961.

Jowitt 1992 — Jowitt K. New World Disorder: The Leninist Extinction. Berkeley: University of California Press, 1992.

Kelly & Volkov 1998 — Kelly C., Volkov V. Directed Desires: Kul'turnost' and Consumption // Constructing Russian Culture in the Age of Revolution, 1881–1940, ed. Catriona Kelly and David Shepherd. Oxford: Oxford University Press, 1998. Pp. 291–313.

Kiaer 2005 — Kiaer Ch. Imagine No Possessions. Cambridge, Mass.: MIT Press, 2005.

Knickerbocker 1931 — Knickerbocker H.R. The Soviet Five-Year Plan and Its Effects on World Trade. London: John Bodley Head, 1931.

Koenker 1995 — Koenker D.P. Men against Women on the Shop Floor in Early Soviet Russia: Gender and Class in the Socialist Workplace // American Historical Review. 1995. No. 5. Pp. 1438–1464.

Kogan [Cogan] 1925 — Kogan [Cogan] P. Preface // L'art décoratif et industriel de l'U.R.S.S., выставочный каталог, с. 5–7. Moscow, 1925.

Kollontai 1999 — Kollontai A. Vasilisa Malygina // Love of Worker Bees and a Great Love. London: Virago, 1999. Pp. 15–202.

König 1988 — König R. Umanità in passerella. Milan: Longanesi, 1988.

Kopp 1976 — Kopp A. Maroussia s'est empoisonnée, ou la socialisme et la mode // Traverses. 1976. No. 3. Pp. 129–139.

Kopstein 1996 — Kopstein J. The Politics of Economic Decline in East Germany, 1945–1989. Chapel Hill: University of North Carolina Press, 1996.

Kopytoff 1986 — Kopytoff I. The Cultural Biography of Things: Commoditization as Process // The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective, ed. Arjun Appadurai. Cambridge: Cambridge University Press, 1986. Pp. 64–91.

Kornai 1990 — Kornai J. Vision and Reality, Market and State: Contradictions and Dilemmas Revisited. Budapest: Corvina, 1990.

Kovrig 1979 — Kovrig B. Communism in Hungary: From Kun to Kadar. Stanford: Hoover Institution Press, 1979.

Kumar 1993 — Kumar K. The End of Socialism? The End of Utopia? The End of History // Utopias and the Millennium, ed. Krishan Kumar and Stephen Bann. London: Reaktion Books, 1993. Pp. 63–80.

Kybalová & Lamarová 1986 — Kybalová L., Lamarová M. Oděvní tvorba. Prague: Odeon, 1986.

Lampe 1996 — Lampe J.R. Yugoslavia as History: Twice There Was a Country. Cambridge: Cambridge University Press, 1996.

Langer 1948 — Langer K. O cheskou modu («О чешской моде») // Tvar. 1948. No. 4. Pp. 81–84.

Langer 1961 — Langer K. Móda a socialistický životni sloh («Мода и социалистический стиль жизни») // Tvar. 1961. No. 3. Pp. 65–66.

Lavrentiev 1988 — Lavrentiev A. Varvara Stepanova: A Constructivist Life. Ed. John E. Bowlt. London: Thames and Hudson, 1988.

Lavrentiev 2005 — Lavrentiev A. Aleksandr Rodchenko. N.Y.: Museum of Modern Art, 2005.

Le Corbusier 1987 — Le Corbusier The Decorative Art of Today. London: Architectural Press, 1987.

Lefebvre 1991 — Lefebvre H. The Production of Space. Oxford: Blackwell, 1991.

Lefebvre 1995 — Lefebvre H. Introduction to Modernity. London: Verso, 1995.

Lefebvre 2004 — Lefebvre H. Rhythmanalysis: Space, Time and Everyday Life. London: Continuum, 2004.

Lehmann 1999 — Lehmann U. Tigersprung: Fashioning History // Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture. 1999. Vol. 3. Pp. 297–322.

Lehmann 2000 — Lehmann U. Tigersprung: Fashion in Modernity. Cambridge, Mass.: MIT Press, 2000.

Lewin 1995 — Lewin M. Russia/USSR/Russia: The Drive and Drift of a Superstate. N.Y.: New Press, 1995.

Lipovetsky 1994 — Lipovetsky G. The Empire of Fashion. Princeton: Princeton University Press, 1994.

Lodder 1983 — Lodder Ch. Russian Constructivism. New Haven: Yale University Press, 1983.

Mannheim 1960 (1936) — Mannheim K. Ideology and Utopia. London: Routledge, 1960.

Menzel 2004 — Menzel R. Jeans in der DDR: Vom tieferen Sinn einer Freizeithose. Berlin: Links Verlag, 2004.

Mészáros 2003 — Mészáros É. A magam módján («Своим путем»). Budapest: Meszaros, 2003.

Millar 1988 — Millar J.R. The Little Deal: Brezhnev's Contribution to Acquisitive Socialism // Soviet Society and Culture: Essays in Honor of Vera S. Dunham, ed. Terry L. Thompson and Richard Robert Sheldon. Boulder: Westview Press, 1988. Pp. 3–19.

Misler 1989 — Misler N. The Science of Dressing from the Industrial Workshop: The Russian Academy of Artistic Science and Costume — a Summary // Costume Revolution: Textiles, Clothing and Costume of the Soviet Union in the Twenties, ed. Lidya Zaletova, Fabio Ciofidegli Atti, and Franco Panzini. London: Trefoil Publications, 1989. Pp. 45–50.

Molnár 1990 — Molnár M. From Béla Kun to János Kádár: Seventy Years of Hungarian Communism. Oxford: Berg, 1990.

Naiman 1997 — Naiman E. Sex in Public: The Incarnation of Early Soviet Ideology. Princeton: Princeton University Press, 1997.

Neuman & Cullars 1992 — Neuman E., Cullars J. The Planned Economy in Search of the World Standard: Reflections on Advertising and Design in the DDR // Design Issues. 1992. No. 8 (2). Pp. 74–81.

Noever 1998 — Noever P., ed. Rodchenko and Stepanova: The Future Is Our Only Goal. Munich: Prestel, 1998.

Nove 1979 — Nove A. Political Economy and Soviet Socialism. London: George Allen and Unwin, 1979.

Oblath 2000 — Oblath M. A Bespoke Chanel Suit in Hungary in 1966 // The Corespondent. MoneyNations@ access, 2000.

Osokina 2001 — Osokina E. Our Daily Bread: Socialist Distribution and the Art of Survival in Stalin's Russia, 1927–1941. Armonk, N.Y.: M.E. Sharpe, 2001.

Paperny 1993 — Paperny V. Movement — Immobility // Tekstura, ed. Alla Efimova and Lev Manovich. Chicago: University of Chicago Press, 1999. Pp. 56–69.

Partington 1993 — Partington A. Popular Fashion and Working Class Affluence // Chic Thrills, ed. Juliet Ash and Elizabeth Wilson. Berkeley: University of California Press, 1993. Pp. 145–161.

Pence 2001 — Pence K. "You as a Woman Will Understand": Consumption, Gender and the Relationship between State and Citizenry in the GDR's Crisis of 17 June 1953 // German History. 2001. No. 2. Pp. 218–252.

Perrot 1994 (1981) — Perrot Ph. Fashioning the Bourgeoisie: A History of Clothing in the Nineteenth Century. Princeton: Princeton University Press, 1994.

Plisetskaya 2001 — Plisetskaya M. I, Maya Plisetskaya... New Haven: Yale University Press, 2001.

Polhemus & Procter 1978 — Polhemus T., Procter L. Fashion and Anti-Fashion. London: Thames and Hudson, 1978.

Prokhorov 1995 — Prokhorov G. Art under Socialist Realism: Soviet Painting, 1930–1950. East Roseville, N.S.W.: Craftsman House and G+B Arts International, 1995.

Reczey, Pekary & Gondi 1960 — Reczey F., Pekary D, Gondi F. Etikett, társasélet, protokoll. Budapest: Minerva, 1960.

Ricoeur 1986 — Ricoeur P. Lectures on Ideology and Utopia. N.Y.: Columbia University Press, 1986.

Riesman 1964 — Riesman D. The Nylon War // Abundance for What?, ed. David Riesman. London: Chatto and Windus, 1964. Pp. 65–77.

Roberts 1993 — Roberts M.L. Samson and Delilah Revisited: The Politics of Women's Fashion in 1920s France // American Historical Review. 1993. No. 3. Pp. 657–684.

Rosenthal 2002 — Rosenthal B.G. New Myth, New World: From Nietzsche to Stalin. University Park: Pennsylvania State University Press, 2002.

Rouvillois 2000 — Rouvillois F. Utopia and Totalitarianism // Utopia: The Search for the Ideal Society in the Western World, ed. Roland Schaer, Gregory Claeys, and Lyman Tower Sargent,. N.Y.: New York Public Library; Oxford: Oxford University Press, 2000. Pp. 316–331.

Salisbury 1960 — Salisbury H.E. To Moscow and Beyond: A Reporter's Narrative. London: Michael Joseph, 1960.

Sarabianov & Adaskina 1990 — Sarabianov D.V., Adaskina N.L. Popova. N.Y.: Harry N. Abrams, 1990.

Schiaparelli 1954 — Schiaparelli E. Shocking Life. London: J.M. Dent and Sons, 1954; *Скиапарелли 2008* — Скиапарелли Э. Моя шокирующая жизнь. М.: Этерна, 2008.

Siegelbaum 1988 — Siegelbaum L.H. Stakhanovism and the Politics of Productivity in the USSR, 1935–1941. Cambridge: Cambridge University Press, 1988.

Sille 1988 — Sille I. Az etikett és a protokol kéziköyve. Budapest: Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, 1988.

Simmel 1997 — Simmel G. Fashion, Adornment and Style // Simmel on Culture, ed. D. Frisby and M. Featherstone. London: Sage, 1997. Pp. 187–217.

Simonovics & Valuch 2009 — Simonovics I., Valuch T. eds. Öltöztessük fel az Országot! Divat és öltözködés a szocializmusban («Давайте оденем страну! Мода и одежда при социализме»). Budapest: Argumentum, 2009.

Škvorecký 1998 — Škvorecký J. Little Mata Hari of Prague // Headed for the Blues: A Memoir with Ten Stories. London: Faber and Faber, 1998. Pp. 195–211.

Smith 1976 — Smith H. The Russians. N.Y.: Quadrangle, 1976.

Sokorski 1949 — Sokorski W. O właściwy stosunek do sztuki ludowej («О правильном подходе к народному искусству») // Polska Sztuka Ludowa. 1949. No. 5 (May). Pp. 131–134.

Sombart 1967 — Sombart W. Luxury and Capitalism. Ann Arbor: University of Michigan Press, 1967.

Starr 1994 — Starr S.F. Red and Hot: The Fate of Jazz in the Soviet Union 1917–1991. N.Y.: Limelight Editions, 1994.

Steele 1993 — Steele V. Chanel in Context // Chic Thrills, ed. Juliet Ash and Elizabeth Wilson. Berkeley: University of California Press, 1993. Pp. 118–126.

Steele 1998 — Steele V. Paris Fashion: A Cultural History. Oxford: Berg, 1998.

Stehle 1965 — Stehle H. The Independent Satellite: Society and Politics in Poland since 1945. London: Pall Mall Press, 1965.

Stepanova 1998 (1928) — Stepanova V. The Task of the Artist in the Textile Industry («Задачи художника в текстильной промышленности») // Rodchenko and Stepanova: The Future Is Our Only Goal, ed. Peter Noever. Munich: Prestel, 1998. Pp. 190–193.

Stern 2004 — Stern R. Against Fashion: Clothing as Art, 1850–1930. Cambridge, Mass.: MIT Press, 2004.

Stites 1989 — Stites R. Revolutionary Dreams: Utopian Vision and Experimental Life in the Russian Revolution. Oxford: Oxford University Press, 1989.

Stites 1992 — Stites R. Russian Popular Culture: Entertainment and Society since 1900. Cambridge: Cambridge University Press, 1992.

Stitziel 2005 — Stitziel J. Fashioning Socialism: Clothing, Politics and Consumer Culture in East Germany. Oxford: Berg, 2005.

Stokes 2000 — Stokes R.G. Plastics and the New Society: The German Democratic Republic in the 1950s and 1960s // Style and Socialism, ed. Susan E. Reid and David Crowley. Oxford: Berg, 2000.

Strizhenova 1991 — Strizhenova T. Soviet Costume and Textiles 1917–1945. Paris: Flammarion, 1991.

Strogova 1994 — Strogova E. Womenfolk // An Anthology of Russian Women's Writing, 1777–1992, ed. Catriona Kelly. Oxford: Oxford University Press, 1994. Pp. 276–294.

Sutton 1968 — Sutton A.C. Western Technology and Soviet Economic Development. Vol. 1, 1917–1930. Stanford: Hoover Institution on War, Revolution and Peace, 1968.

Swain & Swain 1993 — Swain G., Swain N. Eastern Europe since 1945. Houndmills: Macmillan Press, 1993.

Szilvitzky 2007 — Szilvitzky M. Folymatos jelen («Настоящее длительное»). Budapest: Balassi Kiado, 2007.

Taylor 1991 — Taylor B. Art and Literature under the Bolsheviks. Vol. 1. London: Pluto Press, 1991.

Taylor 1996 — Taylor L. The Search for a Polish National Identity, 1945–1968: An Analysis of the Textile Design Work of Prof. Wanda Telakowska, Director of the Institute of Industrial Design, Warsaw // Culture and Identity: Selected Aspects and Approaches, ed. Suzanne Stern-Gillet, T. Slawek, T. Rachwal, and R. Whitehouse. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Slaskiego, 1996. Pp. 396–414.

Taylor 1997 — Taylor L. State Involvement with Peasant Crafts in East/Central Europe 1947–1997: The Cases of Poland and Romania // Obscure Objects of Desire: Reviewing the Crafts in the Twentieth Century, ed. Tanya Harrod. London: Crafts Council, 1997. Pp. 53–65.

Telakowska 1952 — Telakowska W. Projektanckie kolektywy robotnicze, chłopskie i młodzieżowe («Дизайнерские коллективы работниц, крестьян и молодежи») // Polska Sztuka Ludowa. 1952. No. 1. Pp. 7–12.

Thiel 1979 — Thiel E. Modegestaltung in der sozialistichen Gesellschaft [Моделирование одежды в социалистическом обществе] // Künstler und Mode: Vom Modeschöpfer zum Modegestalter, ed. Erika Thiel. East Berlin: Henschelverlag, 1979. Pp. 186–201.

Thom 1989 — Thom F. Newspeak: The Language of Soviet Communism. London: Claridge Press, 1989.

Topping 1963 — Topping A.R. First in Space — but Not in Femininity // New York Times. 30 June 1963. Pp. 10–11, 44, 46; reprinted in: Roach M.E., Eicher J.B. Dress, Adornment and the Social Order. N.Y.: John Wiley and Sons, 1965.

Troitskiĭ 1990 — Troitskiĭ A. Tusovka: Who's Who in the New Soviet Rock Culture. London: Omnibus Press, 1990.

Troy 2003 — Troy N.J. Couture Culture: A Study in Modern Art and Fashion. Cambridge, Mass: MIT Press, 2003.

Tugendkhol'd 1922 — Tugendkhol'd I. Alexandra Exter. Berlin: Sarja Edition, 1922.

Tugendkhol'd 1925a — Tugendkhol'd I. L'art industriel // L'amour de l'art. 1925. Pp. 393–397.

Uchalová 2000 — Uchalová E. Czech Fashion Production 1940–1947 // Czech Fashion 1940–1970: Mirror of the Times, ed. Konstantina Hlaváčková, 6–31. Prague: u(p)m and Olympia Publishing, 2000.

Union des Républiques Soviétistes Socialistes. Exposition internationale des arts décoratifs et industriels modernes. 1925. Catalog. Paris.

Vainshtein 1996 — Vainshtein O. Female Fashion, Soviet Style: Bodies of Ideology // Russia — Women — Culture, ed. Helen Goscilo and Beth Holmgren. Bloomington: Indiana University Press, 1996. Pp. 64–93.

Valuch 2004 — Valuch T. A lódentől a miniszoknyáig («От укороченного пальто до мини-юбки»). Budapest: Corvina, 2004.

Vejvoda 1996 — Vejvoda I. Yugoslavia 1945–91, from Decentralisation without Democracy to Dissolution // Yugoslavia and After: A Study in Fragmentation, Despair and Rebirth, ed. David A. Dyker and Ivan Vejvoda. London: Longman, 1996. Pp. 9–27.

Verdery 1996 — Verdery K. What Was Socialism, and What Comes Next? Princeton: Princeton University Press, 1996.

Vinken 1999 — Vinken B. Transvesty-Travesty: Fashion and Gender // Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture. 1999. Vol. 1. Pp. 33–49.

Völker 1991 — Volker A. Is the Future a Goal? // Rodchenko and Stepanova: The Future Is Our Only Goal, ed. Peter Noever. Munich: Prestel, 1991.

Voslensky 1984 — Voslensky M. Nomenklatura: Anatomy of the Soviet Ruling Class. London: Bodley Head, 1984.

Waters 1991 — Waters E. The Female Form in Soviet Political Iconography, 1917–32 // Russia's Women: Accommodation, Resistance, Transformation, ed. Barbara Evans Clements, Barbara Alpern Engel, and Christine D. Worobec. Berkeley: University of California Press, 1991. Pp. 225–242.

Wedel 1986 — Wedel J. The Private Poland. N.Y.: Facts on File, 1986.

Weltrusky 1988 — Weltrusky M. Zagrebačka moda // Zagreb modni vodič, ed. D. Helebrant. Zagreb: Zadružna štampa, 1988. Pp. 31–43.

Werth 1961 — Werth A. Russia under Khrushchev. Westport, Conn.: Greenwood Press, 1961.

Wilson 1980 — Wilson E. Only Halfway to Paradise. London: Tavistock, 1980.

Wilson 1985 — Wilson E. Adorned in Dreams: Fashion and Modernity. London: Virago, 1985.

Wilson 1990 — Wilson E. These New Components of the Spectacle: Fashion and Postmodernism // Postmodernism and Society, ed. Roy Boyne and Ali Rattansi. London: Macmillan Education, 1990. Pp. 209–236.

Wilson 1993 — Wilson E. Fashion and the Postmodern Body // Chic Thrills, ed. Juliet Ash and Elizabeth Wilson. Berkeley: University of California Press, 1993. Pp. 3–16.

Wood 1997 — Wood E. The Baba and the Comrade: Gender and Politics in Revolutionary Russia. Bloomington: Indiana University Press, 1997.

Youngblood 1992 — Youngblood D. Entertainment or Enlightenment? Popular Cinema in Soviet Society, 1921–1931 // New Directions in Soviet History, ed. Stephen White. Cambridge: Cambridge University Press, 1992. Pp. 41–61.

Zelmanović 1963 — Zelmanović Đ. Ilustrirani bonton: Pravila lijepog ponašanja u kući, izvan kuće, na putu. Zagreb: Stvarnost, 1963.

Zelmanović 1985 — Zelmanović Đ. Ilustrirani bonton & protocol. Zagreb: SLN/Zrinski, 1985.

Žižek 1989 — Žižek S. The Sublime Object of Ideology. London: Verso, 1989.

Žižek 1998 — Žižek S. The Spectre Is Still Roaming Around: An Introduction to the 150th Anniversary Edition of the Communist Manifesto. Zagreb: Arkzin, 1998.

Zsolt 1995 — Zsolt P. A divat és jelentősége az elmúlt ötven év magyar társadalomtörténetében («Мода и ее значение в истории венгерского общества за последние пятьдесят лет») // Elméleti szociológia. 1995. No. 1. Pp. 40–44.

Żygulski 1987 — Żygulski Z. Outline of the History of Polish Applied Art. Warsaw: Interpress, 1987.

Периодические издания

ВЕНГРИЯ

Asszonyok («Женщины»), 1946–1949 гг.

Ez a divat («Это мода»), модный журнал, выходил ежемесячно, 1950–1989 гг.

Hungarian Review, иллюстрированное издание, выходило ежемесячно, 1950–1960-е гг.

Nők lapja («Женский журнал»), женское издание, выходило еженедельно, 1949–1989 гг.

Pesti divat («Мода Будапешта»), модное издание, четыре выпуска в год, 1970–1980-е гг.

ВОСТОЧНАЯ ГЕРМАНИЯ

Die Bekleidung («Одежда»), модное издание, выходило два раза в месяц, 1950-е гг.

Berliner Zeitung («Берлинская газета»), ежедневное издание, 1950-е гг.

DDR Revue (позднее: GDR Revue), иллюстрированное издание, выходило раз в месяц, 1950–1970-е гг.

Frau von heute («Женщина сегодня»), 1940–1950-е гг.

Neues Deutschland («Новая Германия»), выходил ежедневно, 1950–1960-е гг.

Praktische Mode («Практическая мода»), 1950–1960-е гг.

Sibylle, модный журнал, выходил ежемесячно, 1956–1989 гг.

ПОЛЬША

Polska («Польша»), иллюстрированное издание, выходило ежемесячно, 1950–1980-е гг.

Świat («Мир»), иллюстрированное издание, выходило еженедельно, 1951–1956 гг.

Świat Mody («Мир моды»), модный журнал, 1960–1970-е гг.

СОВЕТСКИЙ СОЮЗ

«Делегатка», женский журнал, выходил ежемесячно, 1923–1929 гг.

«Искусство одеваться», модное издание, выходило ежемесячно, 1928–1929 гг.

«Красная нива», иллюстрированное еженедельное издание, 1920–1930-е гг.

«Крокодил», сатирическое еженедельное издание, 1920-е – 1989 г.

«Мода стран социализма», издание выпускалось ежегодно, 1959–2000 гг.

«Модели сезона», модное издание, выходило два раза в месяц, 1938–1989 гг.

«Огонек», иллюстрированное издание, выпускалось еженедельно, 1923–1989 гг.

«Последние моды», модное издание, выпускалось ежемесячно, 1920-е гг.

«Работница», женский журнал, выпускался ежемесячно, 1923–1989 гг.

«Швейная промышленность», 1930-е гг.

«Советский Союз», издание выходило ежемесячно, 1950–1960-е гг.

«Стахановец», издание выходило ежемесячно, 1930-е гг.

«Ударница Урала», издание выходило ежемесячно, 1930-е гг.

«СССР на стройке», издание выходило ежемесячно, 1930–1940-е гг.

«Женский журнал», издание выходило ежемесячно, 1926–1929 гг.

«Журнал для хозяек», модное издание, выходило ежемесячно, 1920-е гг.

«Журнал мод», модное издание, выходило ежемесячно, 1945–1989 гг.

ЧЕХОСЛОВАКИЯ

Květi («Цветы»), иллюстрированный еженедельник, 1960-е гг.

Tvar («Форма»), журнал прикладных искусств, ежемесячное издание, 1940–1960-е гг.

Vlasta, женское еженедельное издание, 1960–1970-е гг.

Žena a móda («Женщина и мода»), модный журнал, выходил ежемесячно, 1949–1980 гг.

ЮГОСЛАВИЯ

Globus («Глобус»), иллюстрированное издание, выходило еженедельно, 1950–1960-е гг.

Naša moda («Наша мода»), модный журнал, выходил ежемесячно, 1946–1948 гг.

Svijet («Мир»), женский журнал, выходил еженедельно, 1953–1989 гг.

Ukus («Вкус»), модный журнал, выходил ежемесячно, 1940-е гг.

Указатель

Американская национальная выставка, Москва (1959) 160
андрогинность 79, 114, 126
Анисимова, О. 68
Аполлинер, Гийом (Apollinaire, Guillaume) 46
Арато, г-жа (Arató, Mrs) 177
Аркин, Давид 58–59, 70
Арманд, Тамара 82–83
«астромода» 249
«Ателье» (журнал, Советский Союз) 41–48, 68, 84
Ателье мод (треста «Москвошвей») 46, 57
ателье, модные *см.* модные ателье
ар-деко 45, 144 *см. также* Международная выставка декоративного искусства 59, 70

Бакст, Лев 33, 62, 64
Бакштейн, Иосиф 23, 106
Бардо, Брижит (Bardot, Brigitte) 293
Барт, Ролан (Barthes, Roland) 103, 184, 207, 209
«Белый лебедь», универмаг 215
Беляева-Экземплярская, София 84–85
Беньямин, Вальтер (Benjamin, Walter) 106
«Березка», сеть магазинов (Советский Союз) 306
«Березка», фабрика 296
Боан, Марк (Bohan, Marc) 263
Богданов, Александр 38
Бодлер, Шарль (Baudelaire, Charles) 30
Бодрийяр, Жан (Baudrillard, Jean) 146, 199
большевики, отношение к моде 16, 18, 30, 47, 51–52, 59
Борман, Хайнц (Bormann, Heinz) 177
Брак, Жорж (Braque, Georges) 46
Брик, Лиля 38
Брик, Осип 37
брюки, женские, негативное отношение 224–225
Брюссель, всемирная выставка (1958) 189–191
Будапешт, международная ярмарка (1968) 195
Будапештская академия прикладных искусств 146, 187
Бурдье, Пьер (Bourdieu, Pierre) 199, 221
буржуазия *см.* социалистический средний класс, мода 26, 50, 109, 184, 211, 217, 230, 244–245
частные салоны 53, 120, 130, 132, 173–181
Бурылин, Сергей 62
бутики 169, 179, 302–303 *см. также* магазины, модные
«Бытовой советский текстиль» (выставка, 1928) 83
Бюро презентации модной одежды (Польша) 132, 184 *см. также* Moda Polska

«Вам, девушки» (книга рекомендаций) 229
«Великодушный рогоносец» (The Magnanimous Cuckold) 33–34, 55
Велтруски, Магда (Weltrusky, Magda) 155, 299
Венгрия
академия модного дизайна 146–147, 301
джинсы 309
мода среднего класса 214
модные журналы (1950-е годы) 120–123, 152–153, 165
модные показы 177
модные салоны, частные 153, 159, 165, 177
модные универмаги, первые 170
центральный модный институт 132, 146, 153, 165, 226 *см. также* Ruhaipari Tervező Vállalat
частные ателье 277
этнические мотивы в модном дизайне 260, 265–271
ВИАлегпром (Всесоюзный институт ассортимента изделий легкой промышленности и культуры одежды) 255–256
Винтер, Артур (Winter, Arthur) 276
витрины, оформление 169–172
Влкова, Гедвига (Vlková, Hedviga) 130, 146
волкрилон 255
Восленский, Михаил 213
Восточноевропейские государства 119–157
Восточная Германия
Берлинская неделя моды 195–196 *см. также* Berliner Modewoche
бутик, первый, открытие 169
модернизация стиля (1960-е годы) 204–206
модный дом Бормана (Bormann) 177
наука и технологии в сфере моды 255
одежда, дефицит 138, 151
пошив одежды на дому 288
рост цен на одежду 150
центральные модные институты 137–138, 165 *см. также* Institut für Bekleidungskultur
этикет и «приличная одежда» 236
выкройки 9, 27, 48, 64, 74, 76, 109, 155, 226, 272, 282–290, 296
выставки, международные модные 59, 119, 189–193
Высший художественно-технический институт (ВХУТЕИН) 83
вышивка 46–48, 54, 56, 58, 62, 64–65, 68, 70, 82–83, 103, 141, 143, 204, 268–269

Гагарина, Галина 261
Геллер, Леонид 108, 182
Германия, Восточная *см.* Восточная Германия
головные платки, крестьянский стиль 79, 123
Гомулка, Владислав (Gomułka, Władysław) 165, 214
Гончарова, Наталья 62
Горбачев, Михаил 257, 272
Горбачева, Раиса 272
Гореленкова, Ф. 91
Государственная Академия художественных наук (Советский Союз) 57–58, 60, 70, 84
Грабовская, Ядвига (Grabowska, Jadwiga) 132, 184–186, 249
грандиозная эстетика в социалистической моде 23, 135, 245
Грей, Франсин дю Плесси (Gray, Francine du Plessix) 305
ГУМ (универмаг, Москва) 161, 163, 168, 213, 256, 308

Данэм, Вера (Dunham, Vera) 109
Дебор, Ги (Debord, Guy) 23
дедерон 255 *см. также* перлон
Делоне, Соня (Delaunay, Sonia) 46, 68–69
джинсы 304–307, 309–310
Джоуит, Кен (Jowitt, Ken) 213
Долецкая, Алена 298
Дом мод (универмаг, Прага) 168
Дом моделей (Москва) 20, 81, 89–96
«Дом моделей» (журнал, Советский Союз) 106
Дончевич, Смиля (Dončević, Smilja) 155
Дуглас, Мэри (Douglas, Mary) 308

Евреинов, Николай 44
Елинек, Жужи (Jelinek, Žuži) 178–180, 201, 206, 207, 217, 244, 299–300
Ефремова, Л. 164, 215, 237

«Женотдел» (женская коммунистическая организация, Советский Союз) 30
женственность
  в 1960-е годы 221–230
  в сталинскую эпоху 24, 27, 87, 110, 114–117
  в эпоху НЭПа 48, 50–52, 76
  коммунистическая интерпретация 38, 49, 77, 79
«Женский журнал» (журнал, Советский Союз) 70–73, 79, 84
Жид, Андре (Gide, André) 87
«Журнал для хозяек» (журнал, Советский Союз) 48

Зайцев, Слава 252, 261–265
Зельбман, Катя (Selbmann, Katja) 201, 230
Зюлькува, Анна (Ziólkówa, Anna) 153, 240

«Измайлово» (фабрика, Советский Союз) 296
Инбер, Вера 74
Институт промышленного дизайна (Польша) 124, 144, 169
«Искусство в быту» (модное приложение, Советский Союз) 64
«Искусство одеваться» (журнал, Советский Союз) 68

Йоксимович, Александар (Joksimović, Aleksandar) 269
Кадар, Янош (Kádár, János) 214, 302, 309
Каменов, В.Г. 161
Карден, Пьер (Cardin, Pierre) 206, 248, 263
карточная система, Советский Союз 23, 96
Керцшер, Инге (Kertzscher, Inge) 169
Ковач, Валерия (Kovács, Valéria) 257, 259
Коган, П. 59–60
Козлова, г-жа (жена первого заместителя председателя Совета Министров СССР) 162, 163
Коллонтай, Александра 50
комбинезоны, женские 125, 126, 128, 137
комиссионные магазины
  «комок» (Москва) 305
  «Компания комиссионных магазинов» (BAV) (Венгрия) 305
  Komis (Польша) 305
  Komisiona (Югославия) 305
комсомол 74, 77
конгрессы, модные 15, 24, 127, 159, 181–189, 192, 197, 203, 220, 231, 242, 247, 251, 253, 261 *см. также* конкурсы культуры одежды
конкурсы культуры одежды 99, 114–121, 126, 156, 158 *см. также* конгрессы, модные
конкурсы, модные *см.* конкурсы культуры одежды; конгрессы, модные
конструктивизм 10, 16, 18, 23, 33, 35–37, 39, 41, 44–46, 52–53
контрабанда одежды 305
Копытов, Игорь 276
«Красная нива» (журнал, Советский Союз) 43, 64
«Красный Диор» 263 *см. также* Зайцев, Слава
крестьянское платье, русское 20, 30, 33, 42
«Кристиан Диор» (Christian Dior) (модный дом) 120, 152
  выкройки 296
  нью-лук, стиль 120, 121
  показ в Москве (1959) 9
  показ в Праге (1966) 196
  социалистическая критика 120, 164
  социалистические подражания 177–178
«Крокодил» (журнал, Советский Союз) 79
Крутикова, Ирина 277
кубизм 29, 33, 35, 37, 46, 55, 70
Кузнецкий мост 201
Курреж, Андре (Courrèges, André) 207, 249
«Кустарная ткань и вышивка в современном женском костюме» (1928, выставка) 70

Ламанова, Надежда 16, 53–79, 81, 83, 91, 106
Лангер, Карел (Langer, Karel) 123
Ларош, Ги (Laroche, Guy) 263
Левашова, Анна 295–296
Леман, Ульрих (Lehmann, Ulrich) 249
Ленин (Ульянов В.И.) 16, 20, 38
Ленинградская меховая фабрика «Рот-Фронт» 98
ЛЕФ («Журнал левого фронта искусств») (журнал, Советский Союз) 33, 35, 41, 57
Лефевр, Анри (Lefebvre, Henry) 27, 140
Ли, Дженни (Lee, Jennie) 95, 105
Линдт, Карел (Lindt, Karel) 143
Липовецкий, Жиль (Lipovetsky, Gilles) 63, 279
Луначарский, Анатолий 52–56, 64, 68, 82

магазины, модные 24, 37
Макарова, Маруся 86 *см. также* стахановцы
Макарова, Надежда 60–61, 89, 91, 106
маленькое черное платье 237, 239
Маркс, Карл 30
Мархлевский, Юлиан (Marchlewski, Julian) 144
«Мастерская современного костюма» 54, 91
матросский костюм 78–79, 110
Маяковская, Людмила 62, 83
Маяковский, Владимир 38, 75
Международная выставка декоративного искусства (Париж, 1925) 59, 70
Международный фестиваль моды (Москва, 1967) 197, 247
Мекк, Владимир фон 42
Мелис, Доротея (Melis, Dorothea) 204–206, 274, 289–290
Мелис, Роджер (Melis, Roger) 206
Месарош, Эва (Mészáros, Éva) 188
мех 41, 48, 50, 61, 62, 98–100, 156, 161, 163, 191, 193, 213, 221, 256, 277
Микоян, Анастас 163, 214
Микоян, г-жа 162–163
Миндлин, Эмилий 56
мини-платье и мини-юбка 247, 249, 271, 286, 311
Министерство легкой промышленности (СССР) 99, 256
Миркович, Мила (Mirković, Mila) 174
«Мода стран социализма» (журнал, Советский Союз) 272
«Модели сезона» (журнал, Советский Союз) 92, 97, 99, 104, 109, 117, 231
модные ателье 257–265
модные институты *см.* центральные модные институты
модные конгрессы *см.* конгрессы, модные; Международный фестиваль моды
модные показы, международные *см.* выставки, международные модные
модные показы, социалистические *см.* конгрессы, модные; Международный фестиваль моды
модный импорт 169, 173, 213, 277, 305–306, 310
модный прототип 63, 91, 97–104
Мокеева, Тамара 261
Московское объединение предприятий швейной промышленности («Москвошвей») 45, 57, 64
«Москуст» (акционерное общество, Советский Союз) 60
Моссина, Катя 279
Мухина, Вера 44, 57–61, 63–65

Надор, Вера (Nádor, Vera) 147–148, 165, 185, 186, 187, 191, 266, 298
Народный комиссариат просвещения (Советский Союз) 17, 56–57, 98 *см. также* Луначарский, Анатолий
Никсон, Пэт (Nixon, Pat) 160, 162–163
Ницше, Фридрих (Nietzche, Friedrich) 30, 110 *см. также* сверхчеловек
Новая женщина 30, 122–128, 149
Новая экономическая политика (НЭП; Советский Союз) 16, 29, 41, 45–46, 48, 50, 51–52, 54, 56, 64, 67–68, 74, 77–79, 81, 108, 110
«Новости мод» (журнал, Советский Союз) 48
номенклатура 10, 104, 117, 163, 211, 213, 215

Облат, Аги (Oblath, Agi) 298–299
Общесоюзный дом моделей (ОДМО) 89–95, 103, 193, 201, 235, 247, 249, 251, 253, 255, 261, 263–264, 274
«Огонек» (журнал, Советский Союз) 9, 224, 226, 242
Октябрьская революция 15–16, 29, 41
Орлова, Лидия 9, 11, 271–273, 296
Орлова, М. 68
«Орнаментация ткани» (исследование) 82
Оршанская, Н. 68
Осьмеркина, Татьяна 247

Первая всероссийская художественно-промышленная выставка (1923) 57, 70
Первая ситценабивная фабрика (Москва) 37
перестройка 257, 265, 272, 298, 308
перлон (чулки) 150
Пикассо, Пабло (Picasso, Pablo) 46
Пименов, Юрий 99
платье-«мешок» 195, 199
платье-«хлопушка» 40, 74, 77, 79, 82
Плисецкая, Майя 306
повседневная одежда 10, 15, 26–27, 43, 59, 63, 69, 91, 95, 100, 106, 119, 152, 282, 303, 310 *см. также* прозодежда
подиумные показы *см.* конгрессы, модные; конкурсы культуры одежды; выставки, международные, модные; Международный фестиваль моды
Польша
  дефицит одежды 155
  Институт промышленного дизайна 124, 144, 169

Польша (*окончание*)
западные влияния 165–166, 204
критика западной моды 143
модные универмаги, открытие 149, 169, 270
платки в крестьянском стиле 124
Центральный модный институт 249, 276
см. также Moda Polska
этнические мотивы в модном дизайне 146, 204, 269–270, 276
Попова, Любовь 33, 37, 39, 40, 53, 55, 62, 69, 82
см. также конструктивизм
портнихи
«Последние моды: Журнал для женщин» (журнал, Советский Союз) 48
пошив одежды на дому 74, 132, 282 *см. также* выкройки
пошив одежды на заказ *см.* модные ателье; салоны, частные
Пражская академия прикладных искусств 130, 146
Прибыльская, Евгения 44, 46, 57, 60, 63, 64, 67, 70, 82, 83
прозодежда 33, 35, 41–43, 52, 54, 82, 96
пролетариат 42, 48, 57, 68, 82
«Пролеткульт» 38
проституция 49
Прохоров, Глеб 107
Пуаре, Поль (Poiret, Paul) 57
Пфанштиль, Маргот (Pfannstiel, Margot) 205
«Пьер Карден» (Pierre Cardin) (модный дом) 206, 248, 263
пятилетние планы 19, 26, 88, 81, 88, 96, 107, 150, 189, 309

«Работница» (журнал, Советский Союз) 9, 30, 33, 76, 96, 100, 109, 110, 114, 201, 235, 237, 239, 242, 243, 272, 297
рабочая одежда 43, 52, 68, 74, 79, 110, 128–130, 132, 183, 242, 263
«Раздумья о красоте и вкусе» (исследование феномена моды) 201
Райзман, Е. 90
«Рассвет над Москвой» (пьеса) 104, 114
Рига, Дом моделей 117
Рогинская, Фрида 82
Родионов, М. 92
Родченко, Александр 12, 36–38, 40
«Росторгодежда» 256
Ротшильд, Клара (Rothschild, Klára) 165, 177, 179, 299, 302
Русанова, Ольга 201–202
Ряжский, Георгий 78

«сверхженщина», большевистская эстетика 30, 33, 81
сверхчеловек, философия Ницше 30, 50, 79, 109–110, 114, 122, 153
Семенова, Е. 235
Серто, Мишель де (Certeau, Michel de) 27, 288
Силвицки, Маргит (Szilvitzky, Margit) 11, 12, 300–301
синтетические ткани 255
Скиапарелли, Эльза (Schiaparelli, Elsa) 92, 95, 105, 132
«Смерть Тарелкина» (пьеса) 33
«Советская культура» (газета, Советский Союз) 307
Советская национальная выставка (Нью-Йорк, 1959) 159–160
Сокорский, Влодзимеж (Sokorski, Włodzimierz) 143
Соловьев, Михаил 112
Солсбери, Гаррисон Э. (Salisbury, Harrison E.) 214, 307
«Социалистический Диор» *см.* Борман, Хайнц (Bormann, Heinz)
социалистический реализм 20, 23, 82, 106, 108, 149, 182
социалистический средний класс, мода 211–221
«социалистический хороший вкус» 235–242
Спалова, Йиржина (Spalová, Jiřina) 120–121, 129, 141, 143 *см. также* Žena a móda («Женщина и мода»)
специальная праздничная одежда 52
спортодежда 52
Срнец, Александар (Srnec, Aleksandar) 156
«СССР на стройке» (ежемесячное издание) 88
Сталин, Иосиф 18, 20, 68, 83, 86–87, 105, 108, 110, 111–115, 152, 155, 157, 163, 244
Стаханов, Алексей 88
«Стахановец» (журнал) 87
стахановцы (ударники) 86–89, 109–111, 113, 128, 143 *см. также* «Ударница Урала»
Стенберги, братья (Stenberg) 70, 75
Степанова, Варвара 33–38, 40, 41, 43, 52–53, 55–56, 62–63, 82–83, 94, 255 *см. также* конструктивизм
Степинска, Тильда (Stepinska, Tilda) 178–179, 300
Строгова, Екатерина 76–77
Судакевич, А. 91
Суров, Анатолий 104, 114
СХКБ (Специальное художественно-конструкторское бюро, Советский Союз) 295–296

Тайат (Thayaht) 35
Телегина, Л. 261
Теляковская, Ванда (Telakowska, Wanda) 143–145
Терешкова, Валентина 249
Тиль, Эрика (Thiel, Erika) 253
Тито, Иосип Броз (Tito, Josip Broz) 213, 214
толстовка 20
Топленинов, С. 91, 106
Торговая ярмарка в Лейпциге (модная) 132, 134, 177, 184, 186, 192, 236, 249
Третьяков, Сергей 35, 41, 49, 75,
Трифонов, П.Р. 64
Трой, Нэнси Дж. (Troy, Nancy J.) 57
Тугендхольд, Яков 46, 57–58, 63
Туровская, Майя 277, 295
Турчановская, Л.Ф. 201

«Ударница Урала» (журнал, Советский Союз) 113
Ульбрихт, Вальтер (Ulbricht, Walter) 138, 170, 198
униформа *см.* рабочая одежда
«Успех Гизелы на ярмарке моды» (оперетта) 236
утопический костюм 10, 15, 52, 83–84, 121, 132, 281
ударники *см.* стахановцы

Фаворский, Владимир 92
Федоров-Давыдов, Алексей 83
Филиппова, Катя 279
Фицпатрик, Шила (Fitzpatrick, Sheila) 89
фольклор 143 *см.* этнические мотивы в модном дизайне
Фостер, Хэл (Foster, Hal) 38
французская мода 9, 68, 123, 155, 177, 206, 248, 299
Фуко, Мишель (Foucault, Michel) 192
футуризм 29, 35
Фухсова, Зденька (Fuchsová, Zdeňka) 130, 202

халат 160, 163, 242
Хасе, Гражина (Hase, Grażyna) 269
Хиндус, Морис (Hindus, Maurice) 224, 293, 305
«холодная война» и мода 159, 204
Хорватия *см.* Югославия
Хрущев, Никита 23, 114, 157, 159, 167, 170, 173, 189, 209, 213, 224, 242–244, 257, 352
Хрущева, Нина 163
Хофф, Барбара (Hoff, Barbara) 293
Хэнкис, Э. (Hankiss, E.) 214

Центр моды СССР 256, 258, 261 *см. также* ВИАлегпром
центральные модные институты *см.* Дом моделей; Институт промышленного дизайна (Польша); Общесоюзный дом моделей; Institut für Bekleidungskultur (IBK) (Институт культуры одежды); Moda Polska (Польская мода); Ruhaipari Tervező Vállalat (RTV) (Центральный модный институт швейной промышленности); Tekstilní Tvorba (Текстильное производство); Ústav bytové a oděvní kultury (UBOK) (Институт культуры быта и одежды)

частные салоны *см.* частные бутики и салоны
черный рынок одежды западного производства 173, 178, 281, 284, 289, 303, 306–308
Чеслевич, Роман (Cieslewicz, Roman) 198
Честертон, Ада (Chesterton, Ada) 93, 95
Чехословакия
  «Дом мод», универмаг 168
  кафедра модного дизайна, университет 130
  «пражская весна» 304, 320
  социалистическая мода (1950-е годы) 134–141
  Центральный модный институт 129 *см. также* Tekstilní Tvorba; Ústav bytové a oděvní kultury
Чехословакия (*окончание*)
  частные салоны 130, 132
  западная мода, отношение к ней 120–122
Чехословацкий институт культуры быта и одежды *см.* Tekstilní Tvorba; Ústav bytové a oděvní kultury

«Шанель» (Chanel) (модный дом) 197, 206
Шанель, Коко (Chanel, Coco) 132, 164, 179, 206–208, 247, 249, 287, 299
«Швейная промышленность» (журнал, Советский Союз) 84
Шкворецкий, Йозеф (Škvorecký, Josef) 304
шляпы 38, 48, 50, 61, 68, 76, 88, 99, 113, 153, 160, 163, 170, 174, 221–227, 284
Шмидт, Элли (Schmidt, Elli) 137–138, 150, 165, 167, 185
шопинг-туризм 311–312

Эйхенгольц, Елена 82
Экрёш, Жужа (Ökrös, Zsuzsa) 187
Экспериментально-техническая швейная фабрика Мособлсовнархоза (Советский Союз) 263
Экстер, Александра 33, 42, 44, 45, 46, 54, 57–58, 60, 63, 66, 82
этикет 108, 154, 211, 214, 217, 220, 298–299
этнические мотивы в модном дизайне 20, 47, 48, 56, 59–65, 67–68, 70, 82–83, 104, 106, 109, 124, 135, 141, 143–147, 204, 263, 265–271

Югославия
  джинсы, производство 309
  магазины, торгующие западными моделями одежды 305
  частные бутики и салоны 173–174, 178, 302–303
  шопинг-туризм 311
  этнические мотивы в модном дизайне 143–147

Asszonyok («Женщины») (журнал, Венгрия) 120, 122
Bekleidung, Die («Одежда») (журнал, Восточная Германия) 137, 151, 165
Berliner Zeitung (ежедневная газета, Восточная Германия) 152, 192
Burda («Бурда») (журнал, Западная Германия) 9, 235, 272, 289
Cepelia 204, 270
Deutsches Modeinstitut (DMI) (Германский Институт моды) *см.* Institut für Bekleidungskultur 184, 255, 290
Elle (журнал, Франция) 165, 205, 293
Exat 51 (объединение художников-авангардистов, Югославия) 156
Exquisit (бутики, Восточная Германия) 276
Ewa (модный салон, Варшава) 173, 224

Ez a divat («Это мода») (журнал, Венгрия) 152–153, 165, 177, 191, 231, 271
Frau von heute («Женщина сегодня») (журнал, Восточная Германия) 120–122, 169, 235
GDR Review (журнал, Восточная Германия) 191
Globus («Глобус») (журнал, Югославия) 164, 170, 177–179, 206
H&M (универмаг, Стокгольм) 167
Hungarian Review 170, 191
Hungarotex 191, 260, 266, 268
Institut für Bekleidungskultur (IBK) (Институт культуры одежды) 137–138, 151, 165
Intershop (торговая сеть, Восточная германия) 305
Komplex Textil Stúdió (Будапешт) 302 *см. также* Model Divat Stúdió
Květi («Цветы») (журнал, Чехословакия) 286
Lúdas Matyi (сатирический еженедельник, Венгрия) 302
Luxus (универмаг, Будапешт) 170
Magyar Divat Intezet (MDI) (Венгерский институт моды) 253 *см. также* Ruhaipari Tervező Vállalat
Modes & Travaux (журнал, Франция) 155
Módní závody («Модные товары») (чешская ассоциация модных домов) 174, 177
Naša moda («Наша мода») (журнал, Югославия) 122
Neue Mode (журнал, Западная Германия) 235, 289
Neues Deutschland (ежедневное издание, Восточная Германия) 169, 198
Moda Damska («Женская мода») (кооператив, Польша) 269
Moda Polska («Польская мода») (институт, Польша) 184, 198, 249, 261, 270, 276 *см. также* Грабовская Ядвига (Grabowska, Jadwiga)
Model Divat Stúdió (Студия модельного дизайна, Будапешт) 300–302
Modenschau (журнал, Восточная Германия) 229, 288
Nők lapja («Женский журнал») (журнал, Венгрия) 127, 152, 167, 194–195, 201, 222, 226, 235, 255, 266–267, 286, 289
OKISZ *см.* Országos Kisipari Szövetkezet
Országos Kisipari Szövetkezet (OKISZ) (Национальная ассоциация ремесленников) 260
Pesti divat («Мода Будапешта») (журнал, Венгрия) 165, 231, 275
Polska (журнал, Польша) 204, 223,
Polska Sztuka ludowa (журнал, Польша) 123
Praktische Mode («Практичная мода») (журнал, Восточная Германия) 235, 287, 288
Projekt («Проект») (журнал, Польша) 169
Przekrój (еженедельное издание, Польша) 334 (прим.)
Ruhaipari Tervező Vállalat (RTV) (Центральный модный институт швейной промышленности) 132, 165, 186, 226
Svijet («Мир») (журнал, Югославия) 155–157, 199, 201, 226, 227, 235, 239, 241, 249, 284, 285, 289, 299, 311
Sybille (бутик) 169
Sybille (журнал, Восточная Германия) 169, 271 *см. также* Мелис, Доротея (Melis, Dorothea); Шмидт, Элли (Schmidt, Elli)
Świat («Мир») (журнал, Польша) 133, 149–150, 153, 165, 224, 226, 237, 240
Świat Mody («Мир моды») (журнал, Польша) 224, 237, 287
Tekstilní Tvorba (текстильное производство) 129–130, 132, 134, 146, 186
Tuzex, магазины (Чехословакия) 305
Ústav bytové a oděvní kultury (UBOK) (Институт культуры быта и одежды) 186, 231, 276 *см. также* Tekstilní Tvorba
Vogue (журнал) 83, 101, 155, 165, 298–299, 301
Žena a móda («Женщина и мода») (журнал, Чехословакия) 120–125, 127, 129, 130, 132, 134, 150, 164, 168, 192, 223, 231, 249, 287, 291

Джурджа Бартлетт
FashionEast: призрак,
бродивший по Восточной Европе

Дизайнер обложки *С. Тихонов*
Редактор *Л. Алябьева*
Корректор *С. Крючкова*
Верстка *Е. Сярая*

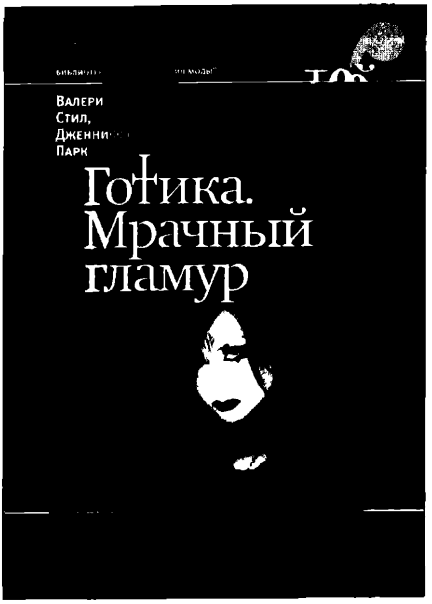
Налоговая льгота — общероссийский
классификатор продукции ОК-005-93, том 2;
953000 — книги, брошюры

ООО РЕДАКЦИЯ ЖУРНАЛА «НОВОЕ ЛИТЕРАТУРНОЕ ОБОЗРЕНИЕ»

Адрес:
129626, Москва
а/я 55
тел./факс: (495) 229-91-03
e-mail: real@nlo.magazine.ru
сайт: http://www.nlobooks.ru

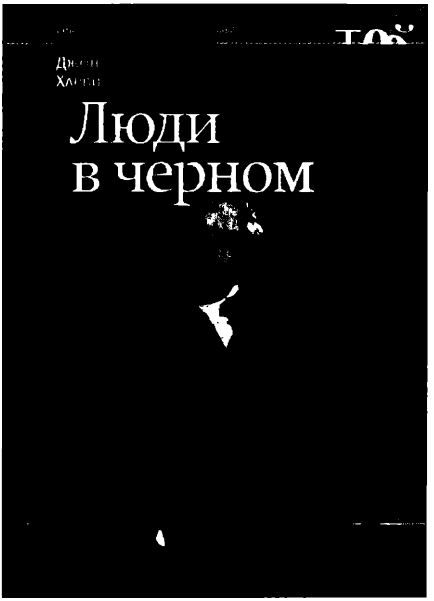
Формат 70×100 1/16. Бумага офсетная № 1
Офсетная печать. Печ. л. 22,5. Тираж 2000. Заказ 2045
Отпечатано в ОАО «Типография «Новости»
105005, г. Москва, ул. Фр. Энгельса, 46

Валери Стил, Дженнифер Парк
ГОТИКА. МРАЧНЫЙ ГЛАМУР
Пер. с англ.



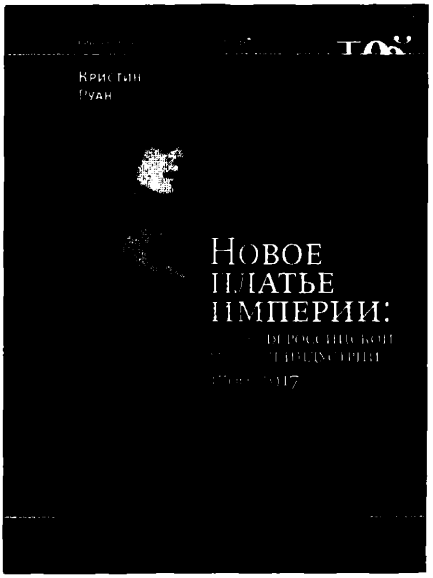
Готика — понятие со странной историей, которое вызывает в нашей памяти картины смерти, разрушения и распада. Это не просто искусствоведческий термин, а фактически слово-упрек, само по себе уже подразумевающее что-то темное, варварское, мрачное и зловещее. По иронии судьбы именно негативные коннотации готики и сделали ее в определенном смысле символом бунтарства, вызывая интерес у молодежи. О значении готики в литературе, кинематографе, искусстве и архитектуре написаны сотни книг, но исследованием того, как этот стиль влияет на моду, фактически никто не занимался. Готический образ — важная тема, постоянно возвращающаяся не только в молодежную субкультуру, но и на мировые подиумы. Среди дизайнеров, которые прибегают к готической стилистике, можно назвать Александра Маккуина, Джона Гальяно, Рика Оуэнса, Оливье Тейскенса и Ёдзи Ямамото. Что такое «готическая мода»? Почему ее так часто воспринимают неадекватно? В чем загадка ее притягательности? На эти и многие другие вопросы отвечает книга Валери Стил и Дженнифер Парк, снабженная превосходным иллюстративным материалом.

Джон Харви
ЛЮДИ В ЧЕРНОМ
Пер. с англ.



До XIX века мужчины и женщины одинаково прибегали к ярким цветам в костюме, выставляли напоказ кружева, дорогой бархат, тонкие шелка и вышивку, чрезвычайно нарядную обувь, прически, парики и шляпы с украшениями, а в XVIII столетии на равных пользовались пудрой, румянами и прочей косметикой. В XIX веке мужчины отступили в тень, оставив яркость и пестроту женщинам. В историю моды этот «уход» вошел как «великий отказ мужчин». Цвет превратился в орудие гендерной дифференциации, четко отделив «светлых» женщин (согласно представлениям эпохи, подобных ангелам, облаченным в белые одежды) от «темных» мужчин, вынужденных по роду занятий вращаться в большом «нечистом» мире и одетых в черные официальные костюмы. Основываясь на многочисленных примерах из литературы и живописи, Джон Харви рассматривает тип людей (преимущественно мужчин) в черном и анализирует многообразные смыслы, которые приписывались этому многозначному цвету на протяжении веков.

Кристин Руан
НОВОЕ ПЛАТЬЕ ИМПЕРИИ:
ИСТОРИЯ РОССИЙСКОЙ МОДНОЙ ИНДУСТРИИ, 1700–1917
Пер. с англ.



Монография Кристин Руан посвящена истории моды в России. Среди обширных источников этого исследования — государственные статистические отчеты, модные каталоги и журналы, документы первых швейных профсоюзов, исследования по истории костюма, а также литературные произведения и мемуары. «Новое платье империи» не просто знакомит читателя с развитием российской моды, но и вводит его в мир сложных социально-экономических, политических и культурных процессов в Российской империи. Так, например, автор не просто констатирует внешнее различие между европейской и русской одеждой начала XVIII века, а обращается к истинной причине решения Петра I «переодеть» Россию, в основе которого была в первую очередь идея экономической модернизации страны. В России создавалась своя легкая промышленность, и «новое платье империи» должно было стимулировать ее развитие.

Среди вопросов, затронутых Руан в ее исследовании, — статус моды, модных журналов и магазинов, формирование культуры потребления, экономическое положение рабочих-швейников, приведшее к созданию первых швейных профсоюзов, «женский вопрос» и вопрос национальной идентичности, мода à la russe, захлестнувшая Париж после первых балетов антрепризы Сергея Дягилева, и многое другое. Широкий диапазон тем, а также богатейший иллюстративный материал придают книге поистине энциклопедический характер и делают ее увлекательным чтением для самого искушенного читателя.