



«ВСЕОБУЧ ВКУСА»: ТЕОРИЯ СОВЕТСКОЙ МОДЫ И ЭСТЕТИЧЕСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ В ПОЗДНЕМ СССР (1960–1980-е гг.)

Кулиничева Екатерина Анатольевна

НИУ «Высшая школа экономики»,

Москва, Россия

kulinichevak@gmail.com

Аннотация. Статья предлагает анализ феномена, который автор обозначает как «эстетический ликбез в сфере моды и культуры одежды», на материале текстов, изданных с 1959 по 1991 гг. Эти тексты не просто учили людей подбирать себе одежду, но и знакомили советского потребителя с концепцией особой советской моды и социалистического потребления, стремились привить ему «правильный» вкус как систему координат, определяющих стратегии выбора. Этот модный ликбез был призван воспитывать не только эстетические, но и идеологические компетенции советского потребителя. Правильный советский вкус, согласно модному ликбезу, — это выбор по определенным критериям с оглядкой на то, что советские теоретики определяли как «эстетические каноны» советского строя. Предполагалось, что правильный советский потребитель не только знает правила сочетания цветов или вещей в ансамбле, но и понимает разницу между советской и капиталистической модой, знаком с советским пониманием «культуры одежды», «красоты», «элегантности». Одной из важных компетенций была готовность отвергнуть предложения моды, если они не соответствовали критериям «правильного» советского вкуса или считались не подходящими для социалистического образа жизни.

Ключевые слова: советская мода, поздний социализм, потребление в СССР, эстетический поворот, советская повседневность, Вячеслав Зайцев.

Цитирование: Кулиничева Е.А. «Всеобуч вкуса»: теория советской моды и эстетическое образование потребителя в позднем СССР (1960–1980-е гг.) // Новое прошлое / The New Past. 2021. № 4. С. 70–90. DOI 10.18522/2500-3224-2021-4-70-90 / Kulinicheva E.A. "Vseobuch Vkusa": the Theory of Soviet Fashion and the Aesthetic Education of Mass Consumers in the Late USSR (1960s–1980s), in *Novoe Proshloe / The New Past*. 2021. No. 4. Pp. 70–90. DOI 10.18522/2500-3224-2021-4-70-90.

© Кулиничева Е.А., 2021

“VSEOBUCH VKUSA”: THE THEORY OF SOVIET FASHION AND THE AESTHETIC EDUCATION OF MASS CONSUMERS IN THE LATE USSR (1960S–1980S)

Kulinicheva Ekaterina A.

HSE University,
Moscow, Russia
kulinichevak@gmail.com

Abstract. This article analyzes Soviet books published in 1959–1991 which were purposed to educate Soviet consumers both aesthetically and politically. I suggest calling this genre, and the campaign these books belong to, “modnyi likbez”, an eradication of illiteracy in fashion and clothing. These books, as well as lectures given by designers and art critics working for design institutions such as fashion houses of prototypes (doma modelei), not only taught people how to choose clothes for themselves or their family members, but also introduced Soviet consumers to the concept of endemic Soviet fashion and socialist consumption, seeking to develop a unique Soviet taste. I argue that good Soviet taste in these texts belonging to the esteticheskii likbez campaign was theorized as a system of ideologically informed determinants of choice. According to Soviet fashion theorists, the good Soviet consumer was supposed to know not only the rules of color or item coordination, age and gender conventions in clothing, but also understand the difference between Soviet and capitalist fashion, as well as the Soviet interpretation of “beauty”, “elegance”, “the culture of clothing” and other important concepts. This consumer was also supposed to refuse new fashion trends if they were at odds with the Soviet interpretation of good taste or “the aesthetic canons” of the Soviet system.

Keywords: Soviet fashion, consumption in USSR, late socialism, aesthetic turn, everyday life in USSR, Vyacheslav Zaitsev.

ВВЕДЕНИЕ

Термин «всеобуч вкуса» из названия этой статьи предложил известный советский художник-модельер Вячеслав Зайцев [Зайцев, 1980]¹. Под *всеобучем вкуса* Зайцев понимал своего рода ликвидацию безграмотности в сфере моды и культуры одежды методом воспитания у потребителей, в первую очередь женщин, определенных компетенций, которые позволили бы им более уверенно выбирать одежду себе и своим близким в правильном для советского человека ключе. Хотя к моменту выхода его книги подобный проект осуществлялся в СССР уже не первое десятилетие, модельер ратовал за интенсификацию такого ликбеза и за еще более активное вовлечение в эту кампанию художников-модельеров.

Эта книга Зайцева принадлежала к особому типу позднесоветских текстов о моде, которые я предлагаю называть, как и саму просветительскую кампанию, частью которой они были, *эстетическим ликбезом в области моды и культуры одежды* или, для краткости, *модным ликбезом*. Хотя термин Зайцева также представляется мне вполне удачным². Основные задачи такого модного ликбеза или всеобуча вкуса можно описать так: 1) познакомить советского потребителя с концепциями особой советской моды и советского потребления; 2) привить ему определенный вкус в бурдьевиистском смысле слова — как систему координат, которые определяли бы выбор; 3) дать потребителю идеологически заряженную интерпретацию наблюдаемой потребительской действительности, которая «работала» бы на первые две задачи.

Этот жанр расцвел в СССР в 1960-е и, судя по количеству вышедших книг такого типа, оставался востребованным до конца советского периода. Помимо книг, посвященных конкретно моде и одежде, я отношу к этой категории тексты на более широкую тему, охватывающие разные аспекты повседневной жизни, поскольку обычно они включали раздел, посвященный вестиментарным практикам. В советских журналах мод также выходили тексты, знакомившие читателей с советской концепции правильного вкуса или советским пониманием моды. Элементы эстетического ликбеза также встречаются и в текстах других жанров. Колонки модных советов и обзоры тенденций моды в советских журналах часто писали с позиции, годен или нет тот или иной модный тренд для социализма и образа жизни советского человека. Помимо книг и текстов в газетах и журналах разного профиля, эстетический ликбез в сфере моды и одежды осуществлялся через просветительские

¹ Так называется один из разделов. Термин несколько раз встречается в тексте и в других частях книги.

² Я понимаю и употребляю словосочетания «эстетический ликбез в сфере моды и культуры одежды» и «всеобуч вкуса» как синонимы, описывающие один и тот же феномен. Для удобства чтения в тексте я чаще всего использую сокращенный вариант первого из них — «модный ликбез». В свою очередь, понятие «эстетический ликбез» вообще является более широким. В позднем СССР он включал в себя эстетическое воспитание советских граждан в разных сферах: помимо вопросов, связанных с модой и одеждой, туда входило, например, оформление интерьеров и выбор обстановки; формирование канона классических произведений в музыке, литературе и изобразительном искусстве и попытка привить «вкус» к их просмотру/прослушиванию и т.д.

лекции для разных аудиторий, выступления на телевидении и т.п. В роли просветителей чаще всего выступали художники-модельеры и другие представители этой индустрии, а также искусствоведы моделирующих организаций, например Общесоюзного дома моделей одежды (ОДМО).

В этих текстах проект по приобщению к моде и навыкам правильного подбора одежды все более широких масс советских граждан преподносился как часть государственной политики, а его успех – как показатель социального прогресса. В то же время уровень массовой аудитории, на которую был направлен эстетический ликбез, понимался советскими теоретиками моды как очень низкий. Незатронутая эстетическим просвещением действительность описывалась в текстах этого типа через такие жесткие определения, как «эстетически близорукий заказчик» [Блинов, 1974, с. 9] и «полнейшая вкусовая беспомощность» [Зайцев, 1980, с. 106]. Именно поэтому термин «ликбез» представляется мне уместным и точным.

Что касается термина «всеобуч», предложенного Зайцевым, невозможно не обратить внимание на одно обстоятельство. Хотя сам модельер не оговаривает в тексте, почему выбрал именно этот термин, очевидно его сходство, случайное или намеренное, с известными неологизмами из 1920-х: «всеобуч» (обязательное обучение всех детей школьного возраста) и «всевообуч» – (всеобщее военное обучение, а также название организации, отвечавшей в первые годы советской власти за освоение допризывниками начальных навыков военной подготовки и за развитие массового физкультурного движения). Возможно, этот выбор термина действительно неслучаен, поскольку в той же книге Зайцев обнаруживает знакомство по крайней мере с некоторыми теориями и экспериментами 1920-х гг. по построению нового быта. В отдельных аспектах он также прямо называет себя и коллег-модельеров наследниками опыта раннесоветских теоретиков моды 1920-х гг. [Зайцев, 1980, с. 43].

Бросается в глаза не только созвучие двух терминов. Как и военно-физкультурный всевообуч 1920-х, позднесоветский «всеобуч вкуса» или «эстетический ликбез в сфере моды и культуры одежды» имел в виду не только развитие конкретных прикладных навыков и компетенций в области окультуривания физического тела и подбора одежды для себя и членов семьи. Он ставил целью формирование нового социального тела социалистического общества, был идеологическим проектом, частью советской программы по формированию нового человека и построению принципиально нового общества в позднесоветском варианте этой программы. В этом обществе не все могли быть модными в традиционном смысле слова, но все должны были быть «красивыми», культурными и опрятными. Как я планирую показать в своей статье, тексты эстетического ликбеза были призваны воспитывать не только сугубо эстетические, но и идеологические компетенции. В этом была особенность советского варианта модного ликбеза. Идеология, по мысли советских теоретиков моды, должна была во многих ситуациях направлять эстетический выбор советского человека в сфере одежды и моды: например, определять его отношение к пришедшим с Запада модным тенденциям.

В современной историографии лучше всего исследованы идеи об особой советской моде и роли одежды в воспитании нового человека, озвученные в 1920-е художниками авангарда, теоретиками нового быта и политическими деятелями вроде А. Луначарского [Kiaer, 2005; Bowlt, 1985; Стриженова, 1972]. Послевоенные варианты концепции особой советской моды и советского потребления на тот момент исследованы заметно хуже. Почти не исследована и их связь с теоретическими поисками предшествующих десятилетий. Хотя, как показывает книга Зайцева и другие тексты эстетического ликбеза, это напрашивается.

Большинство исследователей, пишущих о советской моде 1950–1980-х гг., обычно ограничиваются лишь кратким упоминанием самих попыток сформулировать такую концепцию особой моды. Но сами исследования в основном фокусируются не на теоретических поисках позднесоветских идеологов и практиков моды, а на официальных и неофициальных практиках приобретения и потребления одежды в СССР. В этом ряду выделяются работы Дж. Барлетт, посвященные социалистической концепции моды как теоретическому конструкту [Барлетт, 2007], но ее оптика предполагает разговор о социализме вообще, где не проговариваются различия между странами соцблока. А большая часть эмпирического материала относится не к СССР, а к другим соцстранам.

Важно также отметить, что в исследованиях позднесоветской моды существует перекокс в сторону моды оттепели и «долгих 1960-х» (с захватом первой половины 1970-х гг.), а официальная советская мода второй половины 1970-х и 1980-х гг. намного менее популярна.

В существующих исследованиях применительно к концепции особой советской моды обычно упоминается в первую очередь пропаганда таких качеств, как «утилитарность», «функциональность», «простота», «красота», «удобство», «изящество», «гигиеничность» и пр. [Барлетт, 2007; Захарова, 2007; Журавлев, Гронов, 2013]. Л. Захарова [Захарова, 2007, с. 57] и О. Гурова [Гурова, 2005] очень кратко касаются особой советской концепции «хорошего вкуса». Подробный анализ того, как именно понимались упомянутые выше термины, как эти концепты влияли на практику моделирования, еще предстоит сделать.

В числе первых попыток такого рода упомянем небольшое эссе О. Вайнштейн о концепте «скромности» в советской моде 1950–1960-х гг. [Vainshtein, 2010], исследования Ю. Градской о концепции «достоинства» (dignity) в нарративе о женской моде того же периода [Gradska, 2014] и К. Клингсайс, предлагающей дискурс-анализ одной из книг Зайцева [Клигсайс, 2014]. Я надеюсь, что данная статья внесет вклад в это направление исследований советской моды, ее теоретической и концептуальной стороны.

В качестве метода исследования использовался дискурс-анализ текстов модного ликбеза, прежде всего книг. Теоретически и методологически для меня также были важны идеи Р. Барта [Барт, 2018] о роли «письменной» или «описываемой» моды в распространении Моды как «смысла» и ценности, а также о роли текстов о моде как «машин» по производству связанных с одеждой смыслов. Также методологически мне были полезны идеи П. Бурдьё, который определял вкус не как эстетическую

категорию, а выносил его в пространство социального и политического [Бурдые, 2005]. Мой тезис состоит в том, что советские теоретики в текстах модного ликбеза, формально не уходя из пространства разговора об эстетическом, конструировали правильный советский вкус политически и идеологически. Это соответствовало советскому пониманию моды как пространства идеологической борьбы между СССР и Западом, между советским и капиталистическим. Кроме того, продуктивным для деконструкции идей эстетического ликбеза было деромантизированное понимание Бурдые вкуса не как некоего таланта, а как «совокупности выборов, формирующих стили жизни», и того, что «склоняет сделать из нужды добродетель» [Бурдые, 2005, с. 30]. Такой подход инструментально продуктивен при работе с данным материалом, поскольку позволяет работать с категорией вкуса за пределами бинарной оппозиции хороший-плохой и концептуализировать его скорее как правильный или неправильный с точки зрения определенной группы или идеологии. Поэтому в этой статье я использую формулировку «правильный» советский вкус вместо «хороший».

Корпус текстов эстетического ликбеза в сфере моды и культуры одежды весьма велик. Для анализа я выбрала несколько книг этого жанра из каждого позднесоветского десятилетия. Это решение вызвано желанием понять особенности эстетического ликбеза как феномена: выделить сквозные темы, повторяющиеся формулы, понять динамику внутри жанра. В общей сложности я работала с 17 книгами, изданными в период с 1959 по 1991 г. Также я обращалась к статьям в журналах мод или общественно-политических изданиях, чьей аудиторией был в первую очередь «обычный» массовый потребитель, а не профессиональное сообщество дизайнеров и художников.

К сожалению, тексты рассматриваемого жанра, особенно изданные в 1960–1970-х гг., во многих случаях не дают дополнительных сведений о своих авторах – не всегда можно сказать, кем они работали, какое образование получили, к какому поколению принадлежали. Предпринятые автором дополнительные исследования не всегда давали ответы на эти вопросы. На данный момент можно сказать, что художники-модельеры и искусствоведы составляли большинство среди авторов, чью профессиональную принадлежность удалось идентифицировать. Помимо них, авторами таких книг могли быть и представители других профессиональных групп, имеющих отношение к советской системе производства одежды. Например, автор книги «По одежке встречают» (1974) Борис Блинов представляется во введении как мастер-закройщик высшего класса со стажем около 25 лет, работавший, что интересно, преимущественно с мужской одеждой, хотя его текст, как и прочие, кажется адресованным в первую очередь женщинам.

ИСТОРИЯ МОДНОГО ЛИКБЕЗА В ПОЗДНЕМ СССР

О необходимости расширять работу по воспитанию вкуса потребителей и пропаганде основных принципов советской моды заговорили еще в начале 1950-х гг. Например, концепция номера «Журнала мод», посвященного летнему сезону 1951 г., в архивных

материалах ОДМО описывается так: «...на образцах летней одежды выявить основные черты советской моды: ее простоту¹, элегантность, экономичность в использовании материала, универсальность некоторых моделей, народность образов советской одежды (в смысле ее общедоступности)» [РГАЭ, ф. 523, оп. 1, д. 63, л. 11]. Таким образом, просветительские и воспитательские задачи определяли содержание советских модных журналов наряду с такими объективными вещами, как смена сезонов.

В 1960-е гг. эстетический ликбез в сфере моды и культуры одежды выделяется в самостоятельный тип нормативной литературы для воспитания потребителя. В отличие от пособий по конструированию одежды, которые активно издавались и в предыдущие десятилетия, книги модного ликбеза были в первую очередь учебниками по конструированию вкуса и потребительских координат, они учили человека не шить, а выбирать: в журналах, в ателье или в магазине. Это отразилось в новой типологии названий: вместо слов, указывающих на техническую задачу вроде «Конструирование легкого платья», в название книг стали выносить слова «мода», «вкус», «красота» и т.д.

Пользуясь понятийным аппаратом Барта [Барт, 2018, с. 39], задачу этих книг или статей можно описать так: «не только предложить образцы для реального копирования», но в первую очередь широко распространить «как смысл» такие понятия, как Мода, Вкус, Красота — разумеется, в советских интерпретациях этих терминов. Позднесоветский модный ликбез действительно объяснял потребителю, почему нужно интересоваться модой, и даже представлял такой интерес как своего рода гражданскую обязанность, но также объяснял, почему советскому потребителю нужно ориентироваться именно на советское понимание правильной моды и правильного вкуса.

Эстетический ликбез в сфере моды и одежды в послевоенном СССР можно считать частью феномена, который исследователи сегодня концептуализируют как «эстетический поворот» и проводимую в его рамках борьбу за эстетическое просвещение масс [об эстетическом повороте в сфере оформления интерьеров и предметном дизайне см.: Ушакин, 2020; Кагорова, 2020]. Многие тексты модного ликбеза объединяют темы моды и интерьера, проводят параллели между выбором одежды и обстановки: например, этот риторический прием любила искусствовед ОДМО Н. Аршавская.

Среди идей, общих для эстетического поворота и эстетического ликбеза в широком смысле слова, также можно выделить пропаганду ансамблевости как синонима хорошего вкуса и элегантности. Еще одним сквозным сюжетом позднесоветского эстетического поворота является унаследованная из 1920-х гг. идея вещей-товарищ² как антитезы капиталистическим вещам-фетишам, символам престижного потребления [Кагорова, 2020]. Эстетический ликбез объяснял, какой может быть одежда-товарищ и мода-товарищ при социализме.

¹ В оригинале документа опечатка: вместо «простоту» напечатано «простату».

² Анализ этой концепции в текстах Арватова и Родченко см.: [Киаег, 2005].

Почему в послевоенном СССР возникает необходимость усиленно воспитывать потребителя, прививать ему определенные критерии выбора одежды, мебели и других вещей? Тексты эстетического ликбеза обосновывали такую необходимость экономическими успехами страны и изменившимися к лучшему условиями жизни людей. Из текста в текст на протяжении трех десятилетий кочевала устойчивая формула про рост благосостояния советского народа и повышение его культурного уровня и запросов. Так формулировалась концепция «возрастающих потребностей» советских людей.

С конца 1950-х гг. в СССР сфера моделирования и производства одежды действительно переживает серьезные измерения. В стране создается система дизайн-организаций и производств, которая фактически просуществует до конца советского периода. В 1949 г. Московский дом моделей становится Общесоюзным домом моделей, получив функцию направлять сферу дизайна одежды и производства моды в стране. Чуть позже появятся и другие институции с аналогичными обязанностями, например, ВИАЛЕГПРОМ – Всесоюзный институт ассортимента изделий легкой промышленности и культуры одежды. В 1960-е гг. открываются многие региональные и специализированные дома моделей, например, Дом моделей спортивной одежды (1963 г.). Начинают выходить новые журналы и альбомы о моде, в том числе тематические, как «Мода и спорт».

Хотя упомянутые реформы, как мы сегодня знаем, не решили проблем со снабжением населения одеждой, такое увеличение числа образов моды и разговоров о моде не могло не иметь последствий как минимум для потребительского воображения. Как описал этот эффект Барт, говоря о значении письменной моды, «даже если бы модная одежда оставалась сугубо воображаемой, без всякого влияния на одежду реальную, она бы все равно составляла неоспоримый элемент массовой культуры» [Барт, 2018, с. 38].

Как отмечает Захарова, у советских модельеров или искусствоведов домов моделей были и лично-профессиональные стимулы брать на себя роль воспитателей вкуса, поскольку это позволяло им напрямую обращаться к потребителю и не зависеть от торговли или производства [Zakharova, 2010, с. 359].

Сама формула, связывающая улучшение материального благосостояния страны и растущие потребности населения в одежде, впервые появилась еще в 1920-е гг., после завершения гражданской войны и перехода к НЭПу. Например, в 1928 г. журнал о моде «Четыре сезона» рапортовал почти теми же словами, что и позднесоветские воспитатели вкуса: «Материальное положение нашей страны быстро и неуклонно улучшается. Возникают и растут новые потребности, в частности – потребность в красивой и удобной одежде» [Моды и советская общественность, 1928, с. 2]. Как и в 1920-е гг., просвещение и приобщение к определенным практикам через тексты в СССР 1960–1980-х гг. отчасти компенсировало невозможность приобщения к ним непосредственно через сами вещи, которых не хватало.

Общих идеологических формул и риторических приемов у дискуссий о моде периода НЭПа и позднесоветского эстетического ликбеза, как показал мой анализ, немало. Они позволяют посмотреть на позднесоветский модный ликбез не только

как на феномен периода Холодной войны, но и как на важную страницу в истории поисков особого советского пути в моде вообще, которые начались с экспериментов по созданию нового быта 1920-х, продолжились политикой культурности 1930-х, а после Второй мировой войны снова реактуализировались в условиях мирного соревнования Холодной войны. Особое значение позднесоветского модного ликбеза для истории советской моды как истории идей состоит в том, что он не только впитал и переосмыслил многие теоретические разработки предыдущих десятилетий, но и перевел их в форму потребительских инструкций для массовой аудитории¹.

МОДНЫЙ ЛИКБЕЗ И ХОЛОДНАЯ ВОЙНА

Почему прямые и не прямые отсылки к опыту 1920-х оказались так важны для позднесоветского модного ликбеза? Отчасти это можно объяснить возрождением интереса к художественному авангарду этого периода, которое началось в 1960-х. Возможно, идеи 1920-х также казались позднесоветским теоретикам актуальными, потому что с точки зрения моды как пространства идеологической борьбы между ситуацией НЭПА и ситуацией Холодной войны было немало общего. 1920-е тоже воспринимались как ситуация прямой конкуренции разных концепций моды в советской повседневности, прежде всего буржуазной капиталистической как зарубежной не-советской или нэпмановской как советской не-советской. В 1928 г. модный журнал «Четыре сезона» объявил, что «создание советского стиля в одежде есть одно из немаловажных условий закрепления советской психики» [Моды и советская общественность, 1928, с. 3], и эта формула будет воспроизводиться многими позднесоветскими идеологами и теоретиками моды. Неслучайно почти

¹ Мы все еще очень мало знаем о том, как советские теоретики и практики моды, работавшие в 1960–1980-е, знакомились с идеями, теориями и практикой тех же 1920-х. Это требует отдельного исследования. Как и вопрос, почему из разговора, который ведут с читателем авторы книг модного ликбеза, на уровне прямых упоминаний фактически выпадают 1930-е, 1940-е и 1950-е. Институционально позднесоветская мода на самом деле наследует не 1920-м, а 1930–1940-м гг., когда начали складываться те индустрии производства одежды и производства моды (то есть система, где из всей производимой одежды выбирают «модную», где происходит наделение одежды смыслами, связанными с «красотой», «актуальностью», «вкусом» и т.д.), которые мы видим в позднесоветский период и которые обычно подразумеваем под советской модной индустрией. На уровне идей советская концепция моды позднего социализма, безусловно, тоже наследовала не только 1920-м, но также и 1930-м с их политической «окультуривания» как приобщения к стандартам, которые были вполне буржуазными по формам, но переосмыслились и наполнились новым социалистическим содержанием. Проект «окультуривания» неслучайно уделял значительное внимание одежде и внешнему виду: правила сочетания цветов, вещей в ансамбле и правила контекстуальной уместности и т.д. стали важным элементом «окультуривания». Тогда же, как констатирует Захарова [Zakharova, 2010], снова реактуализировалась фигура модельера как просветителя и воспитателя вкусов. Тем интереснее эти позднесоветские попытки объявить себя наследниками именно 1920-х. Ту же картину мы можем наблюдать, например, и в текстах по истории советской моды, которые также начинают появляться начиная с 1960-х. Резюмируя, можно сказать, что в это время советские историки декоративно-прикладного искусства заново «открывают» 1920-е как ключевой и самый интересный период в истории советской моды, но «закрывают» период 1930-х–первой половины 1950-х гг., и до конца советского периода ситуация уже не изменится. Автор планирует более подробно раскрыть этот сюжет в отдельной статье.

40 лет спустя искусствовед И. Андреева описала значение модных 1920-х в истории советской моды именно через политическую оптику: «Борьба за новые формы женской одежды, а главное, за новые принципы моделирования особенно обострилась в период НЭПа. И, может быть, это одна из ярких страниц в истории костюма, так как в этот период особо важную роль играет признание костюма в качестве одного из внешних выразителей идеологии» [Андреева, 1967, с. 37].

Холодная война принесла более активное вовлечение страны в международный культурный обмен и более активные контакты с заграницей, а значит, и с импортными образами и в некоторых случаях даже образцами моды. Официальная парадигма «мирного сосуществования» открыла больше каналов для западных модных трендов, как прямых (иностранные выставки, туризм или кино), так и непрямых (публикации о западной моде в советских модных журналах или лекции советских модельеров) [Zakharova, 2010]. Железный занавес оказался вполне проницаем для заграничных товаров и образов даже по вполне официальным каналам. Показательно, например, что книги жанра «всеобуч вкуса» наряду с концепцией особого советской подхода к моде и идеологическим воспитанием также иногда предлагали читателям цитаты зарубежных модельеров, работавших в идеологически «чуждом» сегменте *haute couture*, таких как Габриэль Шанель или Кристиан Диор [Андреева, 1987, с. 62–63].

В то же время атмосфера идеологического соревнования снова реактуализировала подозрительность ко всему импортируемому, включая вещи, модные тенденции или образы. Неслучайно в текстах модного ликбеза советский потребитель, особенно молодой, часто описывается через такие понятия, как «политическая наивность» [Бастрыкин, Ширяев, 1988, аннотация]. В этих условиях просвещение потребителя, очевидно, виделось важной политической задачей. Советский потребитель теперь официально мог быть в курсе западной моды, но должен был выбирать только «правильные» и подходящие ее предложения. Так выкристаллизовывается важная для позднесоветской теории моды и практики официального моделирования идея отбора, в основе которого лежала идея оберегания советского потребителя от «неправильного», «деструктивного» и прочих «эрцацев» и «вульгарностей». Подразумевалось, что такой отбор будет осуществляться на разных уровнях, от художественных домов моделей до самого потребителя.

Важно также отметить, что стремление воспитывать, направлять и оберегать советских потребителей от негативных влияний из-за рубежа не ослабевало от 1960-х к 1980-м, а наоборот, усиливалось. Система координат, которую предлагала нормативная литература модного ликбеза, оставалась очень идеологизированной и жесткой до конца советского периода, что в общем контексте глобальной моды 1980-х уже кажется анахронизмом. В последнее десятилетие советской власти после некоторого спада в 1970-е гг. вместе с очередной интенсификацией контактов с заграницей и очередной попыткой реформировать легкую промышленность и разнообразить и осовременить ее ассортимент наблюдается и очередной всплеск нормативной литературы в жанре модного ликбеза. А идеологические формулировки в этих книгах часто становятся более жесткими.

ДВЕ МОДЫ

Одной из важных компетенций, которую пытался привить потребителям позднесоветский модный ликбез, было понимание разницы между советской и капиталистической модой. Эти тексты объясняли разницу между ними.

Аргументы советских теоретиков обычно включали, например, обсуждение фигуры «заказчика» социалистической и западной моды. Советская теория моды ставила фигуру заказчика в центр своего анализа начиная с 1920-х, и позднесоветский модный ликбез унаследовал эту черту. Это фокусировка на фигуре «заказчика» моды и его образе жизни как центрального отправного пункта теоретических построений и исследовательской оптики — и само акцентирование внимания на возможности существования разных заказчиков в капиталистическом и не-капиталистическом обществе — можно считать вкладом советских теоретиков в теорию моды вообще. В советской теории моды из этого — разных адресатов моды — выводили и разные требования к создаваемой одежде при социализме и капитализме, и мотивацию тех, кто принимает решения в индустрии создания моды и пошива одежды, и особенности работы этой индустрии, в том числе разные сроки смены модных циклов, и т.п.

Для подкрепления своих идей позднесоветский модный ликбез часто использовал исторические примеры, формируя нарратив, который я определяю как «марксистскую историю моды». Эта оптика фокусируется не на том, как менялся костюм и его детали, а на классовых и идеологических аспектах потребления одежды в разные периоды. Марксистская история моды определяет доминирующую моду эпохи как отражение запросов и образа жизни доминирующего класса и продвигает идею, что каждой общественно-экономической формации нужна своя мода.

В этой биполярной картине мира капиталистическая мода в большинстве случаев описывалась как мода элиты, «мода пресыщенных», часть предложений которой маркировалась как «изысканные образцы бесполезности¹», не пригодные для социалистического образа жизни. В свою очередь, советская мода изображалась как разрабатываемая для трудящихся. Уже упоминавшаяся формула об «удобном», «красивом», «функциональном» и т.д. костюме возникла в советской теории моды в связи с потребностями такого заказчика — трудящегося, как их понимали советские теоретики моды, начиная с 1920-х.

Изменениями буржуазной моды, по мысли советских теоретиков, управляли кукловоды-промышленники, нацеленные только на получение прибылей. Советская мода описывалась как лишённая необходимости зарабатывать на потребителя, а вместе с ней и необходимости меняться каждый год. Кроме того, решения в советской моде принимались коллективно, и в текстах эстетического ликбеза эта коллективность противопоставлялась прихотям отдельных модельеров или коммерсантов на Западе. Эта коллективность складывалась из сети разных моделирующих организаций, научных

¹ Так И. Савельева охарактеризовала некоторые модели парижских домов моды «от кутюр» [Савельева, 1966, с. 8].

учреждений вроде ВИАЛЕГПррома, худсоветов, отбирали или отвергали модели для внедрения в производство и где могли участвовать представители фабрик. По мысли теоретиков, коллективный отбор должен был гарантировать, что до советского потребителя не будут допущены «чуждые нам, советским людям, проявления в одежде – экстравагантность, вычурность и всевозможные “гримасы”» [Блинов, 1974, с. 29].

Пропаганда более медленных циклов смены моды должна была, видимо, снизить у потребителя потребности в большом количестве одежды или ее частой замене, что больше подходило советской плановой экономике. Другими мерами такого рода была пропаганда таких идей, как «обоснованное потребление по труду» и «рациональный гардероб». Типичное понимание рационального гардероба по-советски дает этот пример: «У вас в обиходе должно быть минимальное количество разнообразных предметов туалета, которые, в сочетании друг с другом, дают максимальное количество разных вариантов. Так, один костюм, свитер и кофточка с небольшими дополнениями могут решить проблему целого сезона, если все эти предметы дружат между собой» [Блинов, 1974, с. 37].

Концепция «потребления по труду» связывала уровень обеспеченности желанными товарами с местом человека в иерархии советского общества и его заслугами перед ним. И. Безвершук, в чьей книге теория обоснованных потребностей занимает важное место, приводит такой пример неправильного подхода к потреблению: «Конечно, у нас не оспаривается право каждого “жить не хуже других”, на что в известной мере направлена социально-экономическая политика государства. Однако это же обстоятельство невольно способствует и тому, что кое-кто хочет сначала получить из общего котла, а потом в него вкладывать. Так возникает обратная зависимость между заслугами и вознаграждением: последнее требуется сейчас, немедленно, а первые ставятся в зависимость от него – “Создайте мне условия, и я покажу, на что способен”» [Безвершук, 1987, с. 31].

Концепция двух мод была одной из самых важных для позднесоветского модного ликбеза тем. Она обосновывала необходимость развивать особый советский подход к моделированию и потреблению одежды, продвигала принцип идеологического отбора в моде. Она также напоминала о важной роли, которую повседневность и конкретно культура одежды должны играть в советском проекте по созданию нового общества и воспитанию нового человека, но делала это с оглядкой на контекст Холодной войны. Советские теоретики как бы говорили: да, мода во второй половине XX в. интернациональна и глобальна, мы в СССР это не игнорируем и не закрываемся, но есть то, что мы считаем неподходящим для себя – и потому отбираем не всё.

СОВЕТСКИЙ ВКУС

Правильный советский вкус, который конструировался модным ликбезом, можно определить как набор компетенций, которыми надлежало овладеть, как знание определенного набора правил и, что немаловажно, готовность им следовать.

Эти компетенции, имеющие отношение к костюму, телесности и самопрезентации, могли быть «общекультурными» (знания правил гигиены, умение поддерживать тело и одежду в чистоте, владение дисциплиной тела, соблюдение правил вежливости или отказ от донашивания дома старой и потерявшей вид одежды) и конкретно потребительскими. Последние включали готовность выбирать одежду и аксессуары в соответствии с определенными критериями. Правила сочетаний цветов или вещей в ансамбле были частным случаем таких потребительских компетенций. К ним также относились знание гендерных и возрастных конвенций, советских правил контекстуальной уместности одежды, готовность избегать экспериментов и крайностей.

Многие исследователи, в частности Захарова, выделяют как важную часть советской теории моды эгалитарный императив, согласно которому одежда должна была утратить функцию социального маркера. Однако позднесоветские тексты модного ликбеза показывают, что это было справедливо только в отношении «социального» как экономического и классового в экономическом смысле. Понимание одежды как маркера статуса или показателя богатства действительно критиковали. В то же время другие социальные различия в одежде не просто не отменялись, а всячески пропагандировались. В первую очередь — гендерные и возрастные. Модный ликбез выделял категории одежды, которые подходили для конкретных возрастных категорий, и те, от которых в том или ином возрасте следовало воздерживаться. В «Журнале мод» встречались рубрики с характерными названиями «Только молодым», «Если вам сорок» и т.д.

Нарушение возрастных конвенций преподносилось как нарушение правил хорошего вкуса даже в конце 1980-х гг. Даже сформулированная к концу 1970-х гг. концепция особой советской молодежной моды, в рамках которой допускались и даже поощрялись отступления от многих правил официального советского хорошего вкуса, фактически поддерживала эту систему жестких возрастных конвенций.

Другой важной константой для позднесоветского эстетического ликбеза в сфере моды и культуры одежды была гендерная дифференциация в костюме. Унисекс осуждался как неприемлемое явление, причем речь шла в первую очередь о заимствованиях женщинами элементов мужского костюма. Искусствовед Петров даже включил «ношение типично мужской одежды» в число «непереносимых» и «отталкивающих» признаков «маскулинизации женщин» наряду с курением, «чрезмерно активным, “вызывающим” поведением» и «сознательным подавлением в себе “возвышенно эмоционального” в отношении с другими» и полагал, что у молодых женщин все это «входит в резкое противоречие с их физиологической и психологической природой» [Петров, 1974, с. 24].

Гендерные аспекты самих позднесоветских текстов о моде, безусловно, заслуживают отдельного подробного исследования, но ограниченный объем статьи позволяют только кратко коснуться этого вопроса. Тем не менее мне бы хотелось обозначить некоторые возможные направления для разработки этой темы. Судя по содержанию текстов жанра «модный ликбез», воспитание правильного вкуса и

необходимость, например, совершенствовать собственный облик с помощью одежды понимались как обязанность всех советских людей, независимо от пола. В то же время чаще всего основными адресатами текстов «модного ликбеза», которые анализировались в рамках данного исследования, кажутся женщины, и «женских вопросов» в прикладных частях этих книг больше¹. Например, схемы по коррекции недостатков фигуры традиционно изображают женское тело. Женщины изображаются как наиболее частые нарушители гендерных конвенций в costume. Кроме того, именно применительно к женщинам в первую очередь возникает нарратив, который можно концептуализировать как «третью смену». Под этим я понимаю то время и усилия, которые надлежало тратить на уход за собой (поддержание фигуры, создание прически, уход за кожей и волосами и т.д.) и которые фактически составляли отдельную категорию женских социальных обязательств наряду со службой на предприятии или в учреждении и работами по дому.

Возвращаясь к концепции правильного советского вкуса, непоколебимыми должны были оставаться и правила контекстуальной уместности вещей или стилей одежды. Журналы мод регулярно напоминали об этих правилах названиями разделов вроде «Только вечером», «Для работы» и т.д.

Таким образом, индивидуализм, который на словах пропагандировал позднесоветский эстетический ликбез, в случае с одеждой оказывался очень нормированным. Не свободным самовыражением, а скорее выбором из заранее отобранных для потребителя вариантов.

Еще одной важной темой в текстах модного ликбеза было совершенствование внешнего облика с помощью одежды. Эти компетенции: видеть недостатки, уметь их корректировать или уметь отказываться от одежды определенного типа, если она не подходит к типу внешности или фигуры, – также включались в концепт советского «обладания вкусом». Правильный советский потребитель должен был уметь отвергать ту моду, которая его не «украшала». Вот как сформулировала это в «Журнале мод» Аршавская: «Это самое важное – уметь выбрать, отказаться от того, что тебе не идет, но модно» [Аршавская, 1981b, с. 11].

Классификация физических недостатков, которую предлагали эти тексты, как правило, была чрезвычайно подробной. Например, инфографика в книге А. Голыбиной содержит одно изображение «нормальной» женской фигуры и 16 примеров

¹ Отдельных книг о воспитании вкуса, полностью посвященных конкретно мужской моде, автору обнаружить не удалось, но в некоторых опубликованных изданиях есть отдельные фрагменты, посвященные мужчинам. В советских модных журналах также часто встречаются тексты, посвященные конкретно трендам в мужской моде и мужскому костюму. Однако представляется важным поставить вопрос о различении адресатов текстов и адресатов самих вещей, о которых в них говорилось. Возможно, предполагалось, что женщины будут помогать мужчинам своей семье с выбором одежды, так же как и детям. Альтернативное предположение: мужчины будут читать соответствующие тематические разделы сами. Чтобы прояснить этот вопрос, требуется отдельное исследование текстов о мужской моде в модных журналах, а также работа по выявлению текстов о мужской одежде, красоте и вкусе в изданиях другого профиля и анализ их особенностей.

возможных изъянов [Голыбина, 1974, с. 94–95]. Помимо полноты, выступающего живота или, например, короткой шеи в списках недостатков могли оказаться большая грудь или «перегибистая спина» (то есть заметный изгиб в поясничном отделе позвоночника, который делает дополнительный акцент на выступающих ягодицах) — то, что в других контекстах считается привлекательным и достойным подчеркивания. Советский модный ликбез то ли не нашел приемлемого с идеологической точки зрения способа говорить о достоинствах женского тела, избегая при этом его эротизации, то ли сознательно не искал такого способа, предлагая концепцию дезэротизированного советского модного тела как оппозицию эротизированному телу капиталистическому. Тексты советского модного ликбеза неизменно критиковали буржуазную моду и западную рекламу за потакание низменным инстинктам. В качестве примера обычно приводились как раз женские наряды, чрезмерно обтягивающие или привлекающие внимание к груди или открытой женской спине.

Этот подход пересекается с концепцией «другого советского тела», которую также предлагали некоторые тексты модного ликбеза, но другого не только классово и социально, но и буквально физически, для которого по антропометрическим параметрам и типу внешности якобы не подходят «моды», придуманные в буржуазных столицах. Сама идея другого физического советского тела не была изобретением позднесоветских теоретиков: уже в 1920-е можно найти немало примеров, где тело советской женщины противопоставляется телу парижанки в рамках агитации за более критическое отношение к зарубежным модным образцам.

ВКУС КАК ПУТЬ СЕРЕДИНЫ

Аршавская в одном из номеров «Журнала мод» пишет: «Глядя на модели, на этих и предыдущих страницах, кто-то, возможно, подумает: «А что, собственно, здесь особенно модного? Ведь это обычная одежда». Да, действительно, это обычная одежда разного назначения (...). Только она подобрана умело и со вкусом, в определенном стиле, с учетом индивидуальности женщины. Такой тип внешности у нас один из самых распространенных. Она не похожа на высоких худощавых манекенщиц и вместе с тем достаточно стройна для того, чтобы одеваться красиво и современно. Платья, костюмы и комплекты полностью соответствуют требованиям моды и при этом не утрированы [Аршавская, 1981а, с. 24–25].

Эта цитата из «Журнала мод» показывает, как в советских текстах о моде идея об особом физическом и социальном телах советского потребителя моды связывалась с советской концепцией красоты и элегантности как «пути середины», избегания крайностей, с возможным небольшим уклоном в консерватизм. Этот «путь середины» продвигался как оптимальный для массового потребителя алгоритм для принятия решений в самых разных ситуациях, от выбора высоты каблука, длины юбки или степени облегания одежды до отношения к моде вообще. В последнем

случае модный ликбез рекомендовал избегать и слишком некритичного (как у стилиста), и слишком критичного (как у морализаторов) отношения к моде, и чрезмерного внимания к одежде, и полного пренебрежения к своему внешнему виду [Шаров, Полячек, 1960, с. 74], советовал избегать быть в авангарде моды, но и слишком отставать тоже [Зайцев, 1980, с. 13].

Разговор о недостатках внешности и ее совершенствовании также демонстрирует, как в рамках позднесоветского модного ликбеза вопросы, которые мы привыкли воспринимать как сугубо эстетические, оказываются включены в сферу идеологического. Обязанность советского человека быть «красивым» в советском понимании этого слова обосновывали идеологическими аргументами и объявляли фактически гражданской обязанностью. Так, Шаров и Полячек призывают «сделать наш быт достойным наших эстетических идеалов» [Шаров, Полячек, 1960, с. 67]. Блинов ссылается на «моральные и эстетические нормы общества» [Блинов, 1974, с. 17]. Голыбина утверждает, что «человеку, выросшему в условиях социализма», «присуще стремление одеваться действительно красиво, совершенствовать свой внешний облик в полном соответствии с общественным идеалом» [Голыбина, 1974, с. 5]. Зайцев говорит о необходимости подчинить психологию молодых потребителей «эстетическим критериям нашего строя» [Зайцев, 1980, с. 70]. В ход также могли идти цитаты из политических классиков. Например, такая: «По краткому определению К. Маркса, коммунизм — это “царство красоты”. Важное условие достижения этого “царства” — следование законам красоты во всех сферах жизни человека, строящего коммунизм, в том числе и в быту» [Казаринова, 1985, с. 55]. Таким образом, кампания модного ликбеза представляла построение новой повседневности советского социализма как проект, где эстетическое и идеологическое оказывались тесно связаны, а мода и тело были априори политичны и идеологичны.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

«Классовый подход к проблеме моды — это прежде всего решение вопроса о том, какое место эти проблемы занимают в жизни общества и человека. Но это и решение вопроса о том, какую моду и каким путем распространяет и поддерживает общество, и о том, как личность ее воспринимает», — подводил итоги дискуссий о моде и социализме сборник «Мода: за и против» [Скатерщикова, 1973, с. 286]. Попытку решить эти вопросы зафиксировал жанр позднесоветского модного ликбеза.

То, что советский жанр советов о подборе одежды оказался идеологизирован, неудивительно. Как писала Захарова, «в советском контексте говорить о моде в отрыве от политики невозможно из-за известного пристрастия партийно-государственного аппарата к регламентации повседневности» [Захарова, 2007, с. 56]. Кроме того, жанр советской нормативной литературы о моде и культуре одежды развивался в условиях «мирного соревнования» Холодной войны, в условиях конкуренции разных концепций моды за ум, сердце и воображение советского потребителя.

То, как выстраивался идеальный паттерн поведения советского потребителя, помогает наглядно увидеть, как в конкретном аспекте повседневности эстетическое связывалось с идеологическим в специфическом контексте Холодной войны. Советский потребитель теперь мог быть в курсе глобальной моды, однако должен был уметь относиться к ней настороженно, соглашаясь не на всё. Хотя эстетическая конструкция модного ликбеза выглядит вполне цельной и устойчивой сама по себе и местами напоминает современные концепции разумного потребления или «вневременного вкуса», важно помнить, что в случае с позднесоветским модным ликбезом эстетическое и идеологическое составляли симбиоз. Позднесоветские тексты модного ликбеза – это в равной степени и письменная мода в бартовском смысле, и идеологическая литература. Особенностью советской концепции потребления моды было то, что сложная система формально эстетических фильтров, которую выстраивали для потребителя, часто получала идеологические обоснования. В политическом и культурном контексте 1960–1980-х гг. советские теоретики продолжали априори воспринимать моду и телесность политически и идеологически и пытались научить тому же потребителя.

Хороший советский вкус, который конструировался эстетическим ликбезом в сфере моды и одежды, можно определить как набор компетенций, которыми надлежало овладеть, как знание определенного набора правил и готовность им следовать. Ирина Андреева неслучайно определяла «безвкусицу» как «растерянность из-за непрочности, зыбкости критериев отбора» [Андреева, 1987, с. 32]. Позднесоветский эстетический ликбез пытался по-своему решить проблему «зыбкости» критериев отбора и сделать их более понятными для рядового потребителя.

Не будет преувеличением сказать, что ликбез в сфере моды был призван воспитывать не только эстетические, но и идеологические компетенции советского потребителя моды. Правильный советский вкус, согласно модному ликбезу, это выбор с оглядкой на «эстетические каноны» советского строя и советский общественный идеал. Неслучайно одной из таких компетенций было понимание разницы между советской и капиталистической модой. Важный для позднесоветского варианта теории моды и практики официального моделирования принцип отбора предполагал, что на разных уровнях советской системы производства и потребления моды разные акторы должны были отбирать подходящее или наиболее правильное.

Важной частью этой цепочки отбора был сам потребитель. Концепция особой советской моды, будучи одной из советских утопий, помимо прочего конструировала образ идеального социалистического будущего. В этом будущем существовала не только технически развитая промышленность, которой было по силам обеспечить всю массу населения качественной и разнообразной одеждой. Частью этого образа будущего также был новый потребитель, готовый смотреть на моду политически, умеющий понимать идеологическую природу одежды и тела и, принимая «правильные» потребительские решения, делать осознанный выбор в пользу «правильной» идеологии.

Применительно к потребителю тексты позднесоветского модного ликбеза описывали, судя по всему, прежде всего выбор между модой отечественного производства и зарубежными трендами, между тем, что модельеры и работники торговли уже отобрали для потребителя в качестве лучших образцов, адекватных советскому быту и общественным идеалам, и конкурирующими трендами неофициальной моды. Но если рассматривать этот жанр как важный источник по теории особой советской моды вообще, важно отметить еще один аспект. Позднесоветская теория моды не была свободна от внутренних противоречий, совсем наоборот. Одна из проблем и, вероятно, одна из причин, почему построенная система плохо работала на практике, состоит в том, что нерешенным оказался вопрос о внутренней иерархии внутри производственных цепочек и цепочки отбора. Кто из вовлеченных акторов был главнее: модельеры, НИИ, производство, торговля? За кем должно было быть последнее слово в спорных случаях, которых на практике возникало немало? Точно так же советские теоретики не дают однозначного ответа, что делать, если мнение покупателя как участника цепочки коллективного отбора в моде, предъявляющего определенные требования к одежде и тканям в магазинах, и мнение других агентов в цепи отбора расходятся, как нередко происходило на практике? Мне представляется, что фиксировать, подсвечивать эти противоречия – важная задача исследователей советской моды.

ИСТОЧНИКИ И ЛИТЕРАТУРА

- Андреева И. *Мода и культура одежды*. М.: Знание, 1987. 63 с.
- Андреева И. *Обзор Развития моды за 50 лет // Советскому человеку красивую одежду*. М.: Легкая индустрия, 1967. С. 36–44.
- Аршавская Н.М. *Вы нашли свой стиль // Журнал мод*. 1981а. № 1. С. 24–25.
- Аршавская Н.М. *Для каждого дня // Журнал мод*. 1981б. № 4. С. 11.
- Барт Р. *Система моды. Статьи по семиотике культуры*. М.: Академический проект, 2018. 430 с.
- Бартлетт Дж. *Давайте оденем их в беж. Мелкобуржуазный мирок официального социалистического костюма // Теория моды*. 2007. № 3. С. 187–232.
- Бастрыкин А.И., Ширяев Э.Б. *Мода, кумиры и собственное «я»*. Л.: Лениздат, 1988. 172 с.
- Безвершук Ж.А. *Потребности, вкусы, моды*. Киев: Реклама, 1987. 120 с.
- Блинов Б.И. *По одежке встречают*. М.: Молодая гвардия, 1974. 126 с.
- Бурдые П. *Различение: социальная критика суждения // Экономическая социология*. 2005. Т. 6. № 3. С. 25–48.
- Голыбина А.Г. *Вкус и мода*. М.: Знание, 1974. 159 с.

- Гурова О. От бытового аскетизма к культу вещей: идеология потребления в советском обществе // *Люди и вещи в советской и постсоветской культуре*. Новосибирск: Новосиб. гос. ун-т, 2005. С. 6–21.
- Журавлев С., Гронов Ю. *Мода по плану. История моды и моделирования одежды в СССР 1917–1991*. М.: ИРИ РАН, 2013. 496 с.
- Зайцев В.М. *Такая изменчивая мода*. М.: Молодая гвардия, 1980. 206 с.
- Захарова Л. Советская мода 1950–60-х гг.: политика, экономика, повседневность // *Теория моды*. 2007. № 3. С. 55–80.
- Казаринова В.И. *Красота, вкус, экономика*. М.: Экономика, 1985. 240 с.
- Клингсайд К. Этот многоликий мир моды. Образец позднесоветского дискурса моды // *Fashion, Consumption and Everyday Culture in the Soviet Union between 1945 and 1985*. Munich: Verlag Otto Sagner, 2014. Pp. 49–72.
- Моды и советская общественность // *Четыре сезона*. 1928. № 2. С. 2–3.
- Петров Л.В. *Мода как общественное явление. Анализ в социально-коммуникативном аспекте*. Л.: Знание, 1974. 32 с.
- Российский государственный архив экономики (РГАЭ). Ф. 523. Оп. 1. Д. 63.
- Савельева И. *Мода и массовый вкус*. М.: Легкая индустрия, 1966. 59 с.
- Скатерщикова В.К. *К спорам о моде // Мода: за и против*. 1973. С. 266–286.
- Стриженова Т. *Из истории советского костюма*. М.: Советский художник, 1972. 110 с.
- Ушакин С. *Сервантики застоя: о красоте и пользе советского вещизма // Ненавсегда. 1968–1985. Каталог выставки*. ГТГ, 2020. С. 75–89.
- Шаров Ю.В., Полячек Г.Г. *Вкус надо воспитывать*. Новосибирск: Книжное издательство, 1960. 80 с.
- Bowl J. Constructivism and Early Soviet Fashion Design // *Bolshevik Culture: Experiment and Order in the Russian Revolution*. Ed. by Gleason A., Kenez P. and Stites R. Bloomington: Indiana University Press, 1985. Pp. 203–219.
- Gradskova Y. Making Yourself Beautiful? Appearance, Body and «Girl's Dignity» in the Life of Young Women in the 1950s–1960s // *Fashion, Consumption and Everyday Culture in the Soviet Union between 1945 and 1985*. Munich: Verlag Otto Sagner, 2014. Pp. 125–134.
- Karpova Y. *Comradely objects: Design and material culture in Soviet Russia, 1960s–80s*. Manchester: Manchester University Press, 2020. 232 p.
- Kiaer C. *Imagine No Possessions: The Socialist Objects of Russian Constructivism*. London: MIT Press, 2005. 344 p.
- Vainshtein O. The Concept of Modesty in Socialist Dress and Grooming // *Berg Encyclopedia of World Dress and Fashion: East Europe, Russia, and the Caucasus*. Oxford: Berg, 2010. Pp. 364–365.
- Zakharova L. Soviet Socialist Dress, 1917 to 1990 // *Berg Encyclopedia of World Dress and Fashion: East Europe, Russia, and the Caucasus*. Oxford: Berg, 2010. Pp. 355–360.

REFERENCES

- Andreeva I. *Moda i kul'tura odezhdy* [Fashion and culture of clothing]. Moscow: Znanie, 1987. 63 p. (in Russian).
- Andreeva I. Obzor Razvitiya mody za 50 let [An overview of fashion's changing in last 50 years], in *Sovetskomu cheloveku krasivuyu odezhdu*. Moscow: Legkaya industriya, 1967. Pp. 36–44 (in Russian).
- Arshavskaya N.M. Vy nashli svoi stil' [You have found your style], in *Zhurnal mod.* 1981a. No. 1. Pp. 24–25. (in Russian).
- Arshavskaya N.M. Dlya kazhdogo dnya [For every day], in *Zhurnal mod.* 1981b. No. 4. P. 11 (in Russian).
- Barthes R. *Sistema mody. Stat'i po semiotike kul'tury* [The fashion system. Articles on the semiotics of culture]. Moscow: Akademicheskii proekt, 2018. 430 p. (in Russian)
- Bartlett D. Davaite odenem ikh v bezh. Melkoburzhuznyi mirok ofitsial'nogo sotsialisticheskogo kostyuma [Let them wear beige: The petit-bourgeois world of official socialist dress], in *Teoriya mody.* 2007. No. 3. Pp. 187–232 (in Russian).
- Bastrykin A.I., Shiryayev E.B. *Moda, kumiry i sobstvennoe "ya"* [Fashion, idols and the self]. Leningrad: Lenizdat, 1988. 172 p. (in Russian).
- Bezvershuk Zh.A. *Potrebnosti, vkusy, mody* [Needs, tastes, fashion]. Kiev: Reklama, 1987. 120 p. (in Russian).
- Blinov B.I. *Po odezhke vstrechayut* [They meet you by your clothes]. Moscow: Molodaya gvardiya, 1974. 126 p. (in Russian).
- Bourdieu P. Razlichenie: sotsial'naya kritika suzhdeniya [Distinction: A social critique of the judgement of taste], in *Ekonomicheskaya sotsiologiya.* 2005. T. 6. No. 3. Pp. 25–48. (in Russian).
- Golybina A.G. *Vkus i moda* [Taste and fashion]. Moscow: Knowledge, 1974. 159 p. (in Russian).
- Gurova O. Ot bytovogo asketizma k kul'tu veshchei: ideologiya potrebleniya v sovetskom obshchestve [From everyday asceticism to the cult of things: the ideology of consumption in the Soviet society], in *Lyudi i veshchi v sovetskoj i postsovetskoj kul'ture* [People and things in Soviet and post-Soviet culture]. Novosibirsk: Novosib. gos. un-t., 2005. Pp. 6–21.
- Zhuravlev S., Gronov Yu. *Moda po planu. Istoriya mody i modelirovaniya odezhdy v SSSR 1917–1991* [Fashion Meets Socialism: Fashion Industry in the Soviet Union after the Second World War]. Moscow: IRI RAN, 2013. 496 p. (in Russian).
- Zaitsev V. Moscow *Takaya izmenchivaya moda* [That's such a volatile fashion]. Moscow: Molodaya gvardiya, 1980. 206 p. (in Russian).
- Zakharova L. Sovetskaya moda 1950–60-kh gg: politika, ekonomika, povsednevnost' [Foviet fashion in 1950–60s: politics, economy, everyday life], in *Teoriya mody.* 2007. No. 3. 2007. Pp. 55–80 (in Russian).
- Kazarinova V.I. *Krasota, vkus, ekonomika* [Beauty, taste, economy]. Moscow: Ekonomika, 1985. 240 p. (in Russian).

Klingsais K. Etot mnogolikii mir mody. Obrazets pozdnesovetskogo diskursa mody [This multifaceted world of fashion. A Sample of Late Soviet Fashion Discourse], in *Fashion, Consumption and Everyday Culture in the Soviet Union between 1945 and 1985*. Munich: Verlag Otto Sagner, 2014. Pp. 49–72 (in Russian).

Mody i sovetskaya obshchestvennost' [Fashion and the socialist general public], on *Chetyre sezona*. 1928. No. 2. Pp. 2–3 (in Russian).

Petrov L.V. *Moda kak obshchestvennoe yavlenie. Analiz v sotsial'no-kommunikativnom aspekte* [Fashion as a social phenomenon. Analysis in the social and communicative aspects]. Leningrad: Znanie, 1974. 32 p. (in Russian).

Russian State Archive of the Economy (RGAE). F. 523. Inv. 1. D. 63.

Savel'eva I. *Moda i massovyi vkus* [Fashion and mass taste]. Moscow: Legkaya industriya, 1966. 59 p. (in Russian).

Skatershchikova V.K. K sporam o mode [Towards disputes about fashion], in *Moda: za i protiv*. 1973. Pp. 266–286 (in Russian).

Strizhenova T. *Iz istorii sovetskogo kostyuma* [From the history of Soviet costume]. Moscow: Sovetskii khudozhnik, 1972. 110 p. (in Russian).

Ushakin S. Servantiki zastoya: o krasote i pol'ze sovetskogo veshchizma [Little pretty sideboards of the stagnation: about the beauty and benefits of Soviet consumerism], in *Nenavsegda. 1968–1985. Katalog vystavki* [Not forever. 1968–1985. Exhibition catalog]. GTG, 2020. Pp. 75–89. (in Russian).

Sharov Yu.V., Polyachek G.G. *Vkus nado vospityvat'* [We need to develop our good taste]. Novosibirsk: Knizhnoe izdatel'stvo, 1960. 80 p. (in Russian).

Bowl J. Constructivism and Early Soviet Fashion Design, in *Bolshevik Culture: Experiment and Order in the Russian Revolution*. Ed. by Gleason A., Kenez P. and Stites R. Bloomington: Indiana University Press, 1985. Pp. 203–219.

Gradskova Y. Making Yourself Beautiful? Appearance, Body and “Girl’s Dignity” in the Life of Young Women in the 1950s–1960s, in *Fashion, Consumption and Everyday Culture in the Soviet Union between 1945 and 1985*. Munich: Verlag Otto Sagner, 2014. Pp. 125–134.

Karpova Y. *Comradely objects: Design and material culture in Soviet Russia, 1960s–80s*. Manchester: Manchester University Press, 2020. 232 p.

Kiaer C. *Imagine No Possessions: The Socialist Objects of Russian Constructivism*. London: MIT Press, 2005. 344 p.

Vainshtein O. The Concept of Modesty in Socialist Dress and Grooming, in *Berg Encyclopedia of World Dress and Fashion: East Europe, Russia, and the Caucasus*. Oxford: Berg, 2010. Pp. 364–365.

Zakharova L. Soviet Socialist Dress, 1917 to 1990, in *Berg Encyclopedia of World Dress and Fashion: East Europe, Russia, and the Caucasus*. Oxford: Berg, 2010. Pp. 355–360.

Статья принята к публикации 18.11.2021