

Виниченко Ирина Владимировна, Ревякина Ольга Владимировна, Тищенко Елена Михайловна,
Сипливая Мария Павловна

ХАРАКТЕРИСТИКА МЕХАНИЗМОВ ТРАНСЛЯЦИИ МОДНЫХ ОБРАЗЦОВ КОСТЮМА В СССР 1950-60-Х ГОДОВ

В статье рассматривается соотношение официальных и неофициальных механизмов трансляции модных образцов костюма в Советском Союзе в послесталинский период. Авторы стремятся определить баланс между свободой и нормой внешнего вида человека в советском обществе. Внимание сосредоточено на механизмах продвижения официально одобренного "советского стиля" в одежде через средства массовой коммуникации. Актуальность статьи связана с потребностью выработки стратегии трансляции культурно-эстетических образцов в современных условиях с учётом исторического опыта.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/3/2012/7-1/6.html

Источник

Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2012. № 7 (21): в 3-х ч. Ч. I. С. 30-35. ISSN 1997-292X.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/3.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/3/2012/7-1/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: voprosy_hist@gramota.net

УДК 94(47).084.9:687.016

В статье рассматривается соотношение официальных и неофициальных механизмов трансляции модных образцов костюма в Советском Союзе в послесталинский период. Авторы стремятся определить баланс между свободой и нормой внешнего вида человека в советском обществе. Внимание сосредоточено на механизмах продвижения официально одобренного «советского стиля» в одежде через средства массовой коммуникации. Актуальность статьи связана с потребностью выработки стратегии трансляции культурно-эстетических образцов в современных условиях с учётом исторического опыта.

Ключевые слова и фразы: советская мода; культурно-эстетические образцы; механизмы трансляции; средства массовой коммуникации; модные предпочтения советских граждан.

Ирина Владимировна Виниченко, к. ист. н.
Ольга Владимировна Ревякина, к.т.н., доцент
Елена Михайловна Тищенко
Мария Павловна Сипливая
*Кафедра «Конструирование швейных изделий»
Омский государственный институт сервиса
irvin61@mail.ru; ogiskshi@mail.ru*

ХАРАКТЕРИСТИКА МЕХАНИЗМОВ ТРАНСЛЯЦИИ МОДНЫХ ОБРАЗЦОВ КОСТЮМА В СССР 1950-60-Х ГОДОВ[©]

Исследование выполнено при финансовой поддержке Федерального агентства по образованию в рамках Федеральной целевой программы «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России на 2009-2012 гг.», государственный контракт 14.740.11.0569.

Современная Россия переживает сложный период своей истории, она стремится обрести новый образ жизни. Это касается и моды, которая занимает особое место в социальном пространстве. Каждая эпоха создаёт свой эстетический идеал человека, свои нормы красоты, выраженные через конструкцию костюма, его пропорции, детали, материалы, цвет, причёски, грим. Так возникает культурно-эстетический образец, который далее транслируется в общество. Большие и малые события в мире, стране оказывают влияние на моду. Рассматривая особенности моды, необходимо учитывать, что мода – явление массовое, основывающееся на социально-информационных процессах, поэтому она «связана с такими социальными явлениями, как традиции, обычаи, с одной стороны, и общественным мнением и массовыми коммуникациями – с другой» [15, с. 3]. Вступив на новый путь развития, российское общество пытается влиться в мировые процессы развития моды и определиться со своим отношением к ней, проходя путь от полной свободы самовыражения до требования регламентации внешнего вида граждан.

Проблема изучения трансляции модных образов в современном российском обществе пока не получила достаточно исчерпывающей проработки и обоснования. Это связано с многообразием информационных потоков и широким спектром взглядов на нормы красоты и моды, которые в том числе определяются нашим недавним прошлым.

Актуальность данной темы заключается в том, что период вседозволенности в моде уже прошёл и современное российское общество с учётом исторического опыта должно определить баланс между свободой и нормой внешнего вида человека и выработать стратегии по трансляции культурно-эстетических образцов.

Существует множество подходов к исследованию и пониманию моды. Для анализа модных предпочтений определённого общества наиболее значимы работы Г. Зиммеля, Л. В. Петрова, А. Б. Гофмана и др. Они рассматривают моду как средство социализации, связанное с массовым выбором, массовым поведением и коллективным вкусом. При этом «социальная роль моды состоит в том, что она способствует коллективному приспособлению к подвижному миру, внедряя однообразие как норму, упорядочивая процесс перехода от прошлого к будущему» [21, с. 10].

В настоящей статье предлагается рассмотреть соотношение официальных и неофициальных механизмов трансляции модных образцов костюма в Советском Союзе в период 1950-60-х годов, когда произошли легитимация моды и её превращение в важную часть советской повседневности.

На первый взгляд, мода и социализм – совершенно несовместимые понятия. С самого начала отношение социализма к моде отличалось враждебностью, так как она считалась «эстетическим пережитком» прошлого. Специфика советской моды состояла в том, что определяющее влияние на неё оказывала идеология и политика. Руководство стремилось использовать моду как инструмент осуществления политики культурного национализма, идеологического манипулирования массами. «Одежда содействовала превращению отдельно взятого человека в “идеальную шестерёнку”, “винтик” в социальном механизме» [Там же, с. 19]. Моделирование костюма превращалось не только в идеологическую, но и политическую задачу. При этом мода социализма стала отражением и выражением советской унифицированности, зарегламентированного мышления и поведения.

Смена идеологических вех произошла с утверждением у власти Н. С. Хрущёва. Политика открытости способствовала смягчению официального отношения к западной моде, проникновению западных тенденций

в Советский Союз. Это способствовало возникновению иных направлений, отличных от образцов, регламентированных социалистической модой, но она по-прежнему находилась под пристальным вниманием Советской власти.

Определим основные каналы трансляции официального взгляда на внешний облик советских граждан.

Как и сегодня, наиболее явными проводниками модных тенденций в советской культуре являлись средства массовой коммуникации, в частности модные журналы. По мнению Ролана Барта, «мода становится все более массовым феноменом именно постольку, поскольку потребляется через посредство крупнотиражных изданий» [1, с. 324]. Соответственно, можно предположить, что через посредство журналов мод идеологией осуществлялось влияние на человека.

Уже после войны постепенно был налажен выпуск модных журналов. К 1948 году, преимущественно усилиями Московского дома моделей, в СССР регулярно выпускали «Журнал мод» (тираж 50 тыс. экземпляров), а также более оперативные рабочие альбомы под названием «Модели одежды» (тираж 70 тыс. экземпляров) [8, с. 113]. Со временем ассортимент альбомов расширился, их уже издавали другие дома моделей (Ленинградский, Киевский, Рижский и др.). Например, Ленинградский дом моделей выпускал «Альбом мод» (тираж 25 тыс. экземпляров), журнал «Мода для полных женщин» (тираж 26 тыс. экземпляров), сборник «Блузы – юбки» (тираж 80 тыс. экземпляров) [2, с. 322]. В Сибирском регионе рисованные альбомы мод издавал Новосибирский дом моделей.

На протяжении всей советской истории выходили разнообразные журналы мод, количество которых постоянно менялось. Одни журналы закрывались, другие возникали на их месте. Минимальные тиражи модных изданий составляли 1 000 экземпляров (журналы и альбомы мод периферийных моделирующих организаций). Самые высокие тиражи были у журналов всесоюзного уровня: 250 000 – «Журнал мод», «Мода стран социализма»; 300 000 – «Модели сезона». Большинство журналов выходило либо 1 раз в год, либо по сезонам, т.е. 2-4 раза. Лишь редкие издания могли похвастать большей частотой выхода, например 8-12 выпусков в год.

Можно утверждать, что начиная с 1960-х годов количество модных изданий стало достаточным для того, чтобы охватить наиболее широкий круг читателей. И именно в этот период в свете проводимых реформ «для руководства страны было важным найти, продекларировать и, по возможности, воплотить в жизнь собственное представление о том, какой должна быть одежда советского человека» [13, с. 204]. Таким образом, журналы мод были призваны помогать делу воспитания «нового человека», что являлось частью принятой программы перехода к коммунизму. С их помощью создавался образ советского человека, а у населения воспитывался «хороший вкус».

Таким образом, с помощью модных журналов предполагалось оказывать влияние на значительную часть интересующейся публики. Влияние на более широкие слои советского общества оказывалось через настоящие массовые издания, такие как «Работница», «Крестьянка» и «Советская женщина», выходившие миллионными тиражами каждый месяц. В периодических женских изданиях регулярно печатали модели одежды, разработанные ведущими домами моделей, экспериментальными лабораториями и ателье. К ним предлагали выкройки платьев, которые можно было сшить в домашних условиях, столь же регулярно там появлялись заметки о том, как следует себя вести и одеваться.

Первоначально в стране издавали только советские журналы мод. Положение начало меняться во второй половине 1950-х годов. В декабрьском журнале «Советская женщина» за 1956 год было опубликовано обращение Александры Гримм, журналистки, «в прошлом моделистки лучших парижских домов мод готового платья», с предложением информировать читателей о французских модах [6, с. 44-45]. С 1957 года журнал приступил к публикации этих материалов. Были представлены фотографии известного немецкого фотографа середины XX века Вилли Майвальда и модели Домов Жака Гриффа, Жана Пату и Люсиль Мангэн. Таким образом, начиная с 1956 года в модных публикациях чувствовался большой интерес к западным модам. Журнал «Силуэт» в специальном разделе «Со всего света» представлял перепечатанные «пиратским» образом фотографии из последних французских и английских журналов мод [2, с. 322]. В 1959 году Всесоюзный институт ассортимента изделий легкой промышленности (ВИАлегпром) приступил к изданию журнала «Модели сезона». В 1960-е годы ВИАлегпром выпустил журнал «Мода стран социализма», а для служебного пользования тиражом 200 экземпляров – брошюру «Мода за рубежом», составленную Л. Монаховой и И. Андреевой. В данной брошюре кратко излагались основные европейские тенденции моды и прилагались фотографии, перепечатанные из журналов «Vogue», «L'Officiel», «L'art et la mode», «Femme chic», «La Donna». В Общесоюзном доме моделей также для служебного пользования составлялись обзоры французских журналов мод с описанием основных модных тенденций [Там же]. В 1958 году тиражом 110 тыс. экземпляров Ленинградским домом моделей был выпущен журнал «Иностранные модели одежды», в котором без указания авторства модельеров, но с указанием страны производителя были опубликованы цветные и черно-белые фотографии моделей одежды из Италии, Франции и Финляндии. В 1957 году возобновилось русскоязычное издание журнала «Америка», который послужил мощным источником информации о стиле жизни в США для советских людей [Там же, с. 293].

В конце 1950-х годов в СССР началась продажа модных журналов социалистических стран. Доступны советским модницам были болгарский журнал «Божур» и чехословацкий «Одивани», очень популярные польские журналы «Swiat Mody», «Pzejatulka» и «Kobieta i zyse». Среди портных успехом пользовались журналы из ГДР «Mode und Schnitt», «Fur Dich».

К пропаганде моды были привлечены предприятия индустрии моды.

Важную роль в процессе продвижения модных тенденций играли ателье. Непосредственно общаясь с клиентами, закройщики знакомили их с модным ассортиментом, кроем, цветовой палитрой и оформлением

тканей. В ателье имелись отечественные журналы и альбомы мод. В исключительных случаях (в ателье люкс, высшей категории), изучив зарубежные журналы мод, закройщик мог рекомендовать их той или иной заказчице, предварительно откорректировав в соответствии с требованиями «советской моды» [9, с. 68].

Другой способ общения предприятий индустрии мод с потребителями – выставки и показы моделей одежды. Уже в послевоенное время получила распространение практика публичных демонстраций коллекций домами моделей, где также продавались выкройки, давались рекомендации по подбору тканей. Но первоначально наибольшее распространение получили стационарные выставки новых моделей на манекенах или в виде стендов с прикрепленными к ним швейными и трикотажными изделиями, снабженными товарными ярлыками. Такие выставки одновременно использовались для изучения общественного мнения. Для этого распространялись специальные анкеты, с помощью которых собирались замечания и пожелания посетителей. Информация затем обрабатывалась дифференцированно, с учётом социального положения, образования и профессии посетителя. Тем самым сотрудники домов моделей, в обязанности которых было вменено «изучение спроса потребителей на модную одежду», выполняли фактически работу в области социологии моды [8, с. 113].

Во второй половине 1950-х годов получили распространение модные показы на «живых манекенах». Обычно они проходили на сценах клубов и домов культуры. На высокой трибуне стоял искусствовед, который называл номер модели и рассказывал о тканях, крое и цели создания модели, а милостивые девушки ходили по ковровой дорожке с большими номерами моделей в руках. Такой показ моделей был воспроизведен в художественном фильме «Девушка без адреса» (1957 г.).

Модные направления для всей страны задавал Всесоюзный институт ассортимента изделий лёгкой промышленности и культуры одежды. На его семинары в Москву съезжались представители домов моделей со всей страны. Получив «центральную установку», они возвращались домой и создавали свои коллекции. Демонстрации моделей были распространены в столице и провинциальных городах, осуществляли их не только дома моделей, но и фабрики, выпускающие массовые изделия. Нередко они выезжали с показами на предприятия и в сельскую местность, проводили их на открытых площадках городов. Например, журналистка А. Соломина так описывает воспоминания сотрудниц Алтайского дома моделей: «В 1962 году в Барнауле можно было увидеть манекенщиц, прогуливающих по Ленинскому проспекту в прежде невиданных пончо. Так Алтайский дом моделей знакомил барнаульских женщин с новинками модной одежды» [17].

Об одном из таких мероприятий в г. Омске можно прочитать в заметке П. Требилова «Для вас, девушки»: «Сотни омичек посетили выставку швейных и трикотажных изделий, выпускаемых предприятиями города. Внимание зрителей привлекли изделия швейной фабрики № 4 «Большевичка» и фабрики № 3. На выставке была организована демонстрация моделей летней верхней одежды, созданных Новосибирским домом моделей. Всего было показано 75 моделей мужской, женской и детской одежды. Эти же модели новосибирцы с успехом демонстрировали в Москве, в павильоне лёгкой промышленности на ВДНХ. Понравились изделия Новосибирского дома моделей и омичам. <...>. “Пусть эти образцы одежды скорее идут в массовый пошив” – с такими пожеланиями покидали выставку омичи» [19].

Новосибирский дом моделей регулярно проводил показы моделей в собственном демонстрационном зале, на предприятиях города, совершал выезды в города Новосибирской области и соседних регионов (Омск, Кемерово, Барнаул, Иркутск и другие). В 1964 году вышестоящие организации уже непосредственно рекомендовали Новосибирскому дому моделей «систематически выезжать в города и предприятия экономического района с докладами о направлении в моделировании с демонстрацией моделей» [3, д. 23, л. 23]. В годовых отчётах существовали показатели, характеризующие деятельность дома моделей в области пропаганды моды. Так, например, в 1967 году был проведён 81 показ модной коллекции, прочитано 17 лекций [4, д. 44, л. 75].

Показы моделей дополняются лекциями, съёмками на телевидении, публикациями в прессе. Например, за 1972 году отчёт содержал следующие данные:

«Показы с чтением лекций:

- в демонстрационном зале – 32;
- выездные:
 - Новосибирск – 24;
 - Тогучин – 1;
 - Совхоз «Краснославянский» – 1;
 - в Омске для населения – 8;
 - в Томске – 2;
 - на ВДНХ – 10;
 - в ВИАлегпроме – 5;
 - для избирателей – 1;
 - на телевидении – 3;
 - для школьников – 9.

Итого за год – 123» [Там же, д. 203, л. 60].

Прочитано на предприятиях и школах 8 лекций; опубликовано 4 статьи в газетах; регулярно в «Вечернем Новосибирске» размещалась краткая информация о работе дома моделей и новинках моды; прозвучало 2 выступления по радио. Проведена съёмка моделей для Гамбургского телевидения, киножурнала «Сибирь на экране», для журналов «Советская женщина» и «Крестьянка» [Там же, л. 60-61].

В 1962 году Госместпром разработал «Типовое положение по организации и проведению смотров швейных изделий, выпускаемых ателье и мастерскими промышленности местного подчинения РСФСР по индивидуальным заказам населения». Задачей смотров являлся обмен опытом по созданию лучших моделей одежды, а также привитие эстетического вкуса населению. На выставках рекомендовали организовать консультацию специалистов-закройщиков (модельеров) по вопросам конструирования и моделирования одежды [5, д. 60, л. 16], по окончании выставки провести демонстрацию моделей на живых манекенах силами предприятий [Там же, л. 1].

Первая выставка в г. Омске была проведена в период с 24 по 30 июля 1962 года. Комиссия по отбору на смотр-выставку швейных и трикотажных изделий индивидуально пошива рассмотрела и приняла изделия 14 предприятий, из всех представленных изделий с оценкой «отлично» и «хорошо» было принято 72 изделия [Там же, л. 4]. Выставку освещала местная пресса. В газете «Омская правда» была опубликована статья Э. Ушаковой «Красиво, просто, изящно». В статье приведено обращение начальника управления бытового обслуживания Омского облисполкома Л. И. Рудзинской к собравшимся: «Мы надеемся, что настоящая выставка поможет улучшить связь заказчиков с работниками швейной промышленности, принесёт большую пользу населению. Все критические замечания и пожелания будут учтены» [20]. С этого времени такие выставки стали регулярными.

В исследуемый период было продолжено более наглядное по сравнению с публикациями в модных журналах знакомство с образцами западной моды.

В рамках Всемирного фестиваля молодёжи и студентов (1957 г.) проводился и VIII Международный конгресс моды. Показы модных иностранных фирм сыграли большую роль в изменении мировоззрения создателей отечественной моды. Египетские, итальянские, финляндские, французские, шведские фирмы привезли для показа в Советском Союзе практичные и приемлемые в повседневной жизни модели одежды. Журнал «Работница» в редакционной статье о показе международных мод на фестивале так описывал это событие: «Некоторые делегации привезли новые образцы одного из интереснейших видов прикладного искусства – моделирования современной женской одежды. Участникам фестиваля, а главное, его участникам было интересно увидеть, как одеваются их подруги в разных странах мира и какие новинки они готовят к сезонам 1958 года. Впервые мы увидели в Москве такую разнообразную коллекцию парижских мод, привезенную на фестиваль гостями из Франции. 32 парижских Дома мод показали 60 новых моделей женского верхнего и легкого платья, предназначенных для серийного выпуска в сезонах 1958 года» [16, с. 32].

Другим не менее важным событием стал приезд в Москву 12 июня 1959 года парижского Дома Диора со своими моделями. «Показ моделей одежды из последней коллекции по эскизам Ива Сен-Лорана проходил сначала в резиденции посла Франции Мориса Дежана, а затем в спортивном клубе “Труд” и вызвал большой интерес у советских любителей моды. 12 парижских манекенщиц дважды в день в течение пяти дней показывали москвичам 100 моделей этого замечательного Дома моды» [2, с. 299].

Такие мероприятия знакомили советских граждан с международными тенденциями моды, но для руководства СССР важно было продемонстрировать и достижения советского моделирования. Для презентации образцов советской моды за рубежом использовали международные выставки различной направленности. В таких выставках участвовали не только столичные, но и региональные дома моды. Так, например, модели, разработанные в Новосибирском доме моды, были представлены на международных выставках и конкурсах в Лейпциге, Будапеште, Брюсселе, Варшаве и др. городах.

Советская пресса, как правило, писала о восторженном приёме наших коллекций за рубежом. «Показ советской коллекции современной модной одежды в какой бы то ни было стране становится не только сенсацией для средств массовой информации, но и подлинным праздником культуры, свидетельства нашего стремления к укреплению взаимоотношения между народами, к мирному сотрудничеству во всех областях» [10, с. 81]. Отмечался подлинный триумф советской моды на Всемирной выставке «Экспо-67» в Монреале (Канада), где были показаны модели «молодого дарования» художника-модельера Славы Зайцева, Нелли Аршавской, Татьяны Осмёркиной и др. [11, с. 39].

Но самыми значимыми мероприятиями, которые красноречиво говорили о расширении международных контактов в области моды, стали Международная выставка одежды и Международный фестиваль мод в Москве (1967 год). «Почти полтора миллиона приверженцев моды побывали на этом небывалом и ярком зрелище красоты и элегантности, в котором участвовали 26 стран мира, представлявшие более тысячи фирм» [10, с. 82]. Целью было не только посмотреть достижения мировой моды, но и показать свои достижения в год 50-летия Октября. «На мировое обсуждение вынесено направление советской моды 1967-1968 годов. Общесоюзный дом моды одежды, Дом моды трикотажной промышленности, более двадцати домов моды других городов страны, научно-исследовательские институты и конструкторские бюро показали коллекции мужской, женской, детской одежды для дома, для работы, торжественных случаев, отдыха, спорта. Моделированию и конструированию бытовой и производственной одежды посвящён отдельный показ» [18, с. 10].

Помимо показов в домах моды и журналов особое значение в формировании модных предпочтений советских потребителей играли советское и зарубежное кино. Именно кино стало проводником моды для провинции, а наряды актрис – прямыми образцами для подражания. Женщины в кинотеатрах зарисовывали туалеты героинь, чтобы затем повторить их в домашних условиях, у частной портной или в ателье [9, с. 70].

Во время Московского фестиваля впервые демонстрировались шедевры итальянского кинематографа. Это официальное мероприятие, так же как и закупаемые на Западе с одобрения Отдела по культуре ЦК КПСС фильмы, стало мощным каналом неофициального проникновения западной моды в СССР [Там же, с. 71]. Итальянское влияние стало характерной чертой моды 1960-х годов. Кинофильмы Витторио Де Сики, Федерико Феллини, Микеланджело Антониони возбудили интерес ко всему итальянскому, что непосредственно отразилось на отечественной моде.

Миняя границы, модные силуэты и фасоны побуждали простых советских граждан одеваться, подражая зарубежным артистам. И чем больше получали развитие культурные и торговые связи, тем отчетливее проявлялась эта тенденция. Зарубежное кино достигало самых дальних уголков СССР, неся информацию о моде. По примеру Брижит Бардо девушки подводили глаза и сооружали на своих головах причёски «бабетты». Так, Людмила Гурченко вспоминала, что «на экранах с большим успехом прошёл фильм “Бабетта идет на войну”, и все женщины стали ходить с причёсками “а ля Бабетта” и по возможности – с пышным бюстом» [7, с. 365].

С приходом в жизнь советского общества телевидения, оно стало важным каналом трансляции модных тенденций. Телевидение несло информацию о жизни страны, показывало художественные и документальные фильмы, мультфильмы для детей, спортивные соревнования, знакомило с музыкальным и танцевальным искусством. Всеобщей любовью телезрителей пользовались такие передачи, как «Голубой огонек», «КВН», «Кабачок 13 стульев» и др. Были популярны эстрадные концерты, а телеведущие стали практически членами семьи, их причёски и наряды – образцами для подражания. На телевидении выступали искусствоведы с лекциями о тенденциях моды и культуре одежды с демонстрацией модных образцов.

Неофициальные источники сведений о западной моде связаны с международными контактами. Культурное проникновение извне было обусловлено общеисторическим контекстом оттепели, благодаря которому отношения Советского Союза с зарубежными странами интенсифицировались. Формы контактов, которые получили развитие в результате новой международной политики государства, – культурные мероприятия с участием международных гостей, гастроли иностранных творческих коллективов, туризм.

Важной вехой в формировании модных предпочтений в советском обществе стал VI Всемирный фестиваль молодежи и студентов. Тысячи советских девушек и юношей впервые могли познакомиться с настоящими иностранцами. Их поражал, прежде всего, внешний облик иностранных гостей, ведь все они были одеты по-разному: пёстро, удобно, спортивно и нарочито небрежно. Известный музыкант Алексей Козлов признавал: «Чувствовалось, что люди, приехавшие к нам оттуда, вовсе не придают какого значения своей внешности» [12]. «Мы только тогда и увидели, как выглядят люди, – вспоминала киноактриса Наталья Фатеева. – Они поражали всех своей яркостью – индийские ткани, шотландские килты, латиноамериканские сомбреро, яркая одежда. Праздник для нас длился всё лето» [2, с. 298].

Западная мода проникала и распространялась по территории СССР и через советских граждан, выезжавших за границу в деловые, творческие и туристические поездки. На протяжении всех 1950-х годов выездные артисты и спортсмены служили каналом проникновения в страну западных модных веяний – они привозили не только новые идеи и впечатления, но и товары на продажу, которые распространялись через знакомых или сеть комиссионных магазинов.

Торговые договоры стали одним из официальных каналов появления западной моды в СССР. Большая часть зарубежных товаров оседала в столице, но так как существовала практика общения с московскими родственниками и их окружением, кратковременные и длительные командировки в Москву, поездки на отдых и в турпоходы, западная мода распространялась по стране.

Таким образом, начиная с 1960-х годов власть основательно занялась проблемой моды. Даже идеологи социализма понимали, что феномен моды «приобретает особое значение в современном мире, где технический прогресс, бурное развитие средств массовых коммуникаций усиливают свойственную моде (благодаря её всеобщности) функцию общения и трансляции. В условиях существования и борьбы различных социальных систем она может быть использована – и используется – в идеологических целях. Данное обстоятельство призывало более внимательно присмотреться к содержанию и “поведению” моды с точки зрения социалистического идеала и образа жизни» [14, с. 29]. Для знакомства населения страны с официально одобренным «советским стилем» в одежде власти использовали все доступные им средства массовой коммуникации. Особенностью модных публикаций в прессе и выступлений искусствоведов на показах одежды в этот период времени являлась их педагогическая направленность. Костюм киногероев и медийных лиц на телеэкране представлял культурно-эстетические образцы, рекомендуемые для подражания. Они определяли нормы, которым должны были следовать граждане, обладающие хорошим вкусом.

Одновременно набирали силы неофициальные каналы распространения модных тенденций. При этом официальный дискурс должен был адаптироваться к более быстрому течению времени, отказавшись в определенной степени от контроля за внешним обликом советских граждан. В результате в советском обществе сформировались культурно-эстетические нормы и требования к одежде с учётом социальных, национальных, исторических, региональных представлений о моде, эстетике и вкусе, т.е. происходила корректировка «советского стиля» по всей территории страны.

Нам представляется, что созданный в 1950-60-е годы в массовой печати образ моды, доступной всем членам общества, находил своё отражение на практике, в то время как сегодняшний глянцево-шикий массовой печати является лишь предметом устремлений большинства граждан, не дотягивающих по уровню жизни до той сказки, которую им предлагает печать. Это заставляет задуматься о необходимости обращения к советскому опыту идеологического строительства и воспитания, в том числе и посредством моды.

Список литературы

1. Барт Р. Система моды: статьи по семиотике культуры. М.: Издательство им. Сабашниковых, 2004. 512 с.
2. Васильев А. Русская мода: 150 лет в фотографиях. М.: Слово, 2004. 448 с.
3. Государственный архив Новосибирской области (ГАНО). Ф. Р-1655. Оп. 1.
4. ГАНО. Ф. Р-1833. Оп. 1.
5. Государственный архив Омской области (ГАОО). Ф. 2257. Оп. 1.

6. **Гримм А.** Парижские коллекции // Советская женщина. 1956. № 12.
7. **Гурченко Л. М.** Аплодисменты. М.: Эксмо, 1994. 624 с.
8. **Журавлёв С., Гронов Ю.** Власть моды и Советская власть: история противостояния // Историк и художник. 2006. № 3. С. 100-113.
9. **Захарова Л.** Советская мода 1950-60-х годов: политика, экономика, повседневность // Теория моды. 2007. № 3. С. 55-80.
10. **Зборовский Е. М.** По законам красоты. М.: Советская Россия, 1988. 176 с.
11. **Карбовская В.** Послание в Монреаль // Советская женщина. 1967. № 4. С. 39-40.
12. **Козлов А.** Козел на саксе [Электронный ресурс]. URL: http://lib.ru/CULTURE/MUSIC/KOZLOV/kozel_na_saxe.txt (дата обращения: 14.04.2012).
13. **Лебина Н. Б., Чистиков А. Н.** Обыватель и реформы: картины повседневной жизни горожан в годы НЭПа и хрущевского десятилетия. СПб.: Дмитрий Буланин, 2003. 342 с.
14. **Мода: за и против** / под ред. В. И. Толстых. М.: Искусство, 1973. 287 с.
15. **Петров Л. В.** Мода как общественное явление. Л.: Знание, 1974. 32 с.
16. **Показ международных мод на VI Всемирном фестивале молодежи и студентов** // Работница. 1957. № 11.
17. **Соломина А.** Алтайская мода перебьет любую! // Свободный курс. 2008. 14 февраля.
18. **Стриженова Т.** Советская мода на международной выставке // Декоративное искусство. 1967. № 8. С. 10-14.
19. **Требиллов П.** Для вас, девушки // Молодой сибиряк. 1960. 13 июля.
20. **Ушакова Э.** Красиво, просто, изящно // Омская правда. 1962. 29 июля.
21. **Цесевичене О. А.** «Свое – чужое» в русской моде XVII-XX веков: философско-культурологический анализ: автореф. дисс. ... канд. филос. наук. Омск, 2011. 23 с.

DESCRIPTION OF SUITS FASHIONABLE MODELS TRANSLATION MECHANISMS WITHIN THE USSR IN THE 1950-1960S

Irina Vladimirovna Vinichenko, Ph. D. in History
Ol'ga Vladimirovna Revyakina, Ph. D. in Technical Sciences, Associate Professor
Elena Mikhailovna Tishchenko
Mariya Pavlovna Siplivaya
Department of Garment Design
Omsk State Institute of Service
irvin61@mail.ru; ogiskshi@mail.ru

The authors consider the correlation between the official and unofficial mechanisms of suits fashionable models translation in the post-Stalin USSR, tend to determine the balance between independence and standard of person's appearance in soviet society, pay attention to the mechanism of popularizing the officially approved "soviet style" in fashion through mass media, and substantiate that the topicality of the article is related to the necessity to work out the new strategies of translating cultural-aesthetic models under modern conditions considering historical experience.

Key words and phrases: soviet fashion; cultural-aesthetic models; translation mechanisms; mass media; soviet people's fashion preferences.

УДК 93/94

В статье с целью изучения дифференциации заработной платы в фабрично-заводской промышленности Европейской России впервые рассматриваются дисперсия и среднее квадратическое отклонение значений номинальной заработной платы в 1908 г. для всех разрядов промышленных заведений, и на этой основе подтверждается вывод о крайне слабой тенденции нивелировки цен на рабочие руки и неразвитом формирующемся рынке труда. Результаты исследования позволяют не только глубже раскрыть рассматриваемую историческую проблему, но и создать методiku изучения дифференциации зарплат в современной экономике России.

Ключевые слова и фразы: номинальная заработная плата; нивелировка цен; дисперсия; среднее квадратическое отклонение; фабрично-заводская промышленность России.

Вячеслав Викторович Волков, к. филос. н., доцент
Кафедра гуманитарных и социально-экономических дисциплин
Военный учебно-научный центр ВМФ «Военно-морская академия»
agnee@yandex.ru

ВАРИАЦИОННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ НОМИНАЛЬНОЙ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ В ФАБРИЧНО-ЗАВОДСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ЕВРОПЕЙСКОЙ РОССИИ В НАЧАЛЕ XX ВЕКА (ПО ДАННЫМ ПРОМЫШЛЕННОЙ ПЕРЕПИСИ 1908 Г.)[©]

Исследование нивелировки цен на рабочие руки в фабрично-заводской промышленности Европейской России начала XX в. [1, с. 58-66] на основании данных Промышленной переписи 1908 г. [3] показало необходимость