

## СОВЕТСКАЯ МОДА ВТОРОЙ ПОЛОВИНЫ 1940-х ГОДОВ НА СТРАНИЦАХ МОДНЫХ И САТИРИЧЕСКИХ ИЗДАНИЙ\*

М. А. Клинова

*Институт истории и археологии Уральского отделения Российской академии наук*

Поступила в редакцию 25 ноября 2020 г.

**Аннотация:** *предпринят анализ специфики модного дискурса и образов, презентуемых на страницах отечественных журналов мод второй половины 1940-х гг. и в карикатурных сюжетах, представленных на страницах сатирического журнала «Крокодил». Выявлено, что модные образы периода характеризовались элитарностью и не были доступны большинству горожан, как и сами журналы мод. На страницах журналов мод не проникали реалии послевоенной повседневности (тяготы быта и товарный дефицит), не были отражены пропагандируемые трудовые практики (самоотверженный труд, социалистическое соревнование и пр.). Модные журналы детально презентовали отдых, а не труд горожан. «Иностранность» моды 1940-х гг., а также излишняя увлеченность «модников» конструированием собственного имиджа стали темой карикатур и фельетонов «Крокодила», хотя данная критика была достаточно умеренной.*

**Ключевые слова:** *мода, журналы мод, сатира, СССР, вторая половина 1940-х гг.*

**Abstract:** *the article analyzes the specifics of fashion discourse and images presented on the pages of Russian fashion magazines of the second half of the 1940s and in caricature stories presented on the pages of the satirical magazine «Crocodyle». It was revealed that fashion images of the period were characterized by elitism and were not available to most citizens, as well as fashion magazines themselves. The pages of fashion magazines did not penetrate the realities of post-war everyday life: the hardships of everyday life and the commodity deficit, the propagandized labor practices (selfless labor, socialist competition, etc.) were not reflected. Fashion magazines presented recreation in detail, not the work of citizens. The «foreignness» of fashion in the 1940s, as well as the excessive enthusiasm of «fashionistas» for constructing their own image, became the subject of cartoons and feuilletons of «Crocodyle», although this criticism was quite moderate.*

**Key words:** *fashion, fashion magazines, satire, USSR, second half of the 1940s.*

К изучению специфики отечественной моды обращаются авторы многочисленных публикаций. В исследованиях рассматриваются специфика отечественных модных образов довоенного и позднесоветского периодов [1–4], функционирование модной индустрии [5; 6], а также адаптивные практики граждан, направленные на удовлетворение стремления «быть модными» в бытность товарного дефицита и при ограниченных возможностях бюджета [7; 8]. В данной статье предпринят анализ специфики модного дискурса и образов, презентуемых на страницах отечественных журналов мод второй половины 1940-х гг. и в карикатурных сюжетах, представленных на страницах сатирического журнала «Крокодил».

Послевоенная модная индустрия не теряет своего места в системе функционирующих отраслей советского народного хозяйства, продолжая прерванное войной развитие. Во второй половине 1940-х гг. в

стране создается единая централизованная система моделирования одежды, целью функционирования которой было «научить различные слои населения искусству одеваться». С этой целью в 1944–1948 гг. создавались региональные дома моделей, первоначально в крупных городах: Ленинграде, Киеве, Минске и Риге. В 1949 г. были открыты дома моделей в Новосибирске, Ростове-на-Дону, Горьком, Свердловске [9, с. 4]. Всего было организовано двенадцать республиканских и областных домов моделей, в 1950-е гг. их количество достигло шестнадцати [10, с. 171]. Основной задачей домов моделей была разработка новых фасонов одежды для швейных фабрик страны.

В июне 1945 г. возобновляется прерванное войной издание «Журнала мод», в первом выпуске которого редакторы отмечают: ««Журнал мод» должен воспитывать вкус к красивой одежде, культуре вещей и вместе с тем показывать способы наиболее экономного и рационального использования тканей, пряжи и мехов» [11, с. 1]. Заявленный курс на «экономию» и «рациональность» был скорее декларативным и не отражал специфики послевоенной советской моды. Несмотря на трудности военных лет и послевоенно-

\* Работа выполнена при финансовой поддержке РФФИ, проект № 20-09-00216А «Визуальные стандарты образа жизни советского городского населения после мировых войн: сравнительный анализ» (рук. А. В. Трофимов).

© Клинова М. А., 2021

го восстановления, стилистика модных образов 1940-х гг. фактически не изменилась, сохранив буржуазность и лоск второй половины 1930-х гг. Уже с первых страниц «Журнала мод» 1945 г. на читателей смотрят модели в меховых изделиях – пальто из каракуля и жакетах из котика. В изданиях 1946–1949 гг. меховые модели также были широко представлены самыми разнообразными изделиями: шубами, меховыми пальто, а также пальто с богатой отделкой из чернубурки, норки, выхухоля и пр. [12, с. 3–4; 13, с. 27; 14, с. 5; 15, с. 7–9] (рис. 1).



Рис. 1. Журнал мод. 1948. № 3. С. 27

Сами модели пальто, как мужские, так и женские, также имели весьма отдаленное отношение к «экономии», будучи представлены в основном двубортными моделями (требующими больших затрат ткани). Дамские модели украшали рельефы и сборки. Характерно, что вне зависимости от сезона модницы в шубах и пальто были обуты в туфли (реже в короткие полуботинки), даже в зарисовках, изображающих снежный зимний пейзаж [15, с. 9; 16, с. 24–25]. Какие-либо варианты сапог (мужских, женских) не были представлены на страницах «Журнала мод» второй половины 1940-х гг., не говоря уже о валенках, которые встречаются в единичных сюжетах, как обувь детей дошкольного возраста [15, с. 41]. Блузы изобиловали деталями отделки – вышивками, кокетками и пр., а более одной трети платьев были представлены вечерними и праздничными нарядами. Образ женской красоты, презентуемый моделями с аккурат-

но завитыми локонами или уложенными вверх прическами, выложенными косами, не имел ничего общего с простотой женского облика. В качестве неотъемлемых аксессуаров моделей на страницах журналов фигурировали вуали, веера, сумочки, зонтики и фантастические шляпы различных форм и размеров, украшенные цветами, бантами, брошами и перьями [11, с. 8–9; 13, с. 35; 16, с. 5] (рис. 2).



Рис. 2. Журнал мод. 1948. № 4. С. 32–33

В разделе «Заграничные модели» в 1945 г. демонстрировались модели одежды, предлагаемые европейскими модельерами [11, с. 16–17; 17, с. 34–35]. В отношении заимствования советской модной индустрией зарубежных образов редакция «Журнала мод» обозначала свою позицию следующим образом: «Наши модельеры не отрицают современный европейский костюм; они, наоборот, заимствуют все совершенное и истинно красивое в европейской моде. В своем творчестве они обогащают европейский костюм элементами народной одежды. В... моделях... выявлены основные особенности советского костюма» [16, с. 1]. Вследствие реализации кампании по борьбе с космополитизмом раздел «Заграничные модели» исчезает со страниц «Журнала мод» конца 1940-х гг. Уникальность и оригинальность образов советской моды подчеркивалась указанием фамилий авторов, создавших модели. Также в журнале публиковались статьи, посвященные советским модельерам и отечественной швейной индустрии [12, с. 12; 18, с. 33].

Декларируемая «советскость» отечественной моды не скорректировала элитарного тренда моделей, представленных в журналах второй половины 1940-х гг. На страницах послевоенных отечественных модных изданий не находят отражение реалии советской повседневности с товарным дефицитом, продовольственными карточками и тяготами коммунального быта. Не изображены на страницах модных журналов коммуналки и домашние интерьеры. В выпусках «Журнала мод» второй половины 1940-х гг. модная домашняя одежда советских женщин была представлена образцами струящихся халатов до пола и шелковых пижам [11, с. 37; 17, с. 40] (рис. 3). В журнале «Работница» (содержательно более приближенном к реалиям советской жизни, нежели журналы мод) публиковались рекомендации по содержанию

жилая в чистоте, высвечивающие объем хозяйственных работ по дому, которые, как правило, должны были выполняться женщиной: «...картины... и стенные ковры... рекомендуется еженедельно очищать от пыли... Мягкие покрытия на полу... нужно регулярно и тщательно выбивать и вытряхивать во дворе, зимой очищать снегом. ...В помещении, в котором играют дети, ...подстилку на полу ...необходимо ежедневно вытряхивать, выколачивать и очищать. ...Стекла окон должны быть всегда... чистыми» [19, с. 26]. Для чистки мягкой мебели рекомендовалось «намочить большую чистую тряпку, выжать ее и разстлать на диван или кресло и палкой слегка бить по ней» [20, с. 20]. Героини «Журнала мод» второй половины 1940-х гг. не выглядели адекватными выполнению данных задач. Домашняя одежда, рекомендованная модными изданиями, была пригодна исключительно для отдыха и не подразумевала даже возможности выполнения каких-либо работ по дому. Не коррелировали «домашние» образы модниц и с интерьерными коммуналок и общежитий. Значительно чаще модные героини – нарядно одетые женщины (реже мужчины) – изображались прогуливающимися у московских высоток и Большого театра, катающимися на пароходе, едущими в метро, играющими в шахматы, танцующими, позирующими у пианино или арфы (рис. 4).

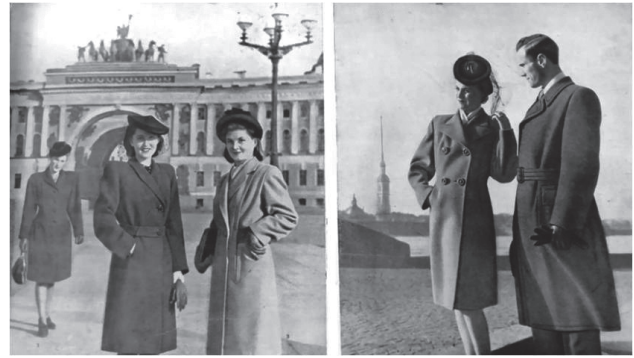


Рис. 4. Журнал мод. 1948. № 1. С. 6–7

Практика чтения также отражена на страницах «Журнала мод». Встречаются единичные рисованные изображения модниц в библиотеке, но чаще дамы держат в руках книгу небольшого формата, не отсылающую зрителя к текстам классиков марксизма-ленинизма, а скорее напоминающую записную книжку. Типичным мужским «аксессуаром» являлась газета. Наиболее часто встречающимися декорациями модных демонстраций являлись здания с колоннами, театральные холлы, украшенные драпировками, вазами с цветами и подсвечниками. Появляется и южный ландшафт с кипарисами, а также изображения морского побережья [21, с. 36]. По справедливому замечанию Е. В. Сальниковой: «Обобщенный идеал интерьерера, адекватного модной даме, не похож ни на скромную многофункциональную комнатку в советской квартире, ни на кабинет конторы или научного заведения, ни на производственный цех. Это нечто среднее между частной гостиной и концертно-театральным фойе» [2, с. 114].

Образцы женской телесности, популяризируемые в модных изданиях второй половины 1940-х гг., также были весьма далеки от силуэтов реальных советских женщин. В журналах мод преобладали рисованные изображения женской фигуры – удлиненный силуэт с тонкой талией и длинными ногами. Редкие фотографии достаточно стройных советских женщин-моделей в полный рост (не более трех-четырех в номере) диссонировали с рисунками фактически бестелесных модных изображений. Нереальность рисованных женских фигур в журналах мод как контрастировала с фотографиями советских трудящихся, которые публиковались в журналах и газетах, так и выявлялась в сопоставлении с практическими материалами по шитью, где в качестве эталона прилагались выкройки 46-го размера [22, с. 20]. В отличие от журналов мод на страницах изданий «Советская женщина» и «Работница» гораздо чаще публиковались фотографии модно одетых советских женщин, а не схематичные рисунки [23, с. 61].

Не проникает на страницы модных журналов и интенсивно артикулируемая в информационных СМИ



Рис. 3. Журнал мод. 1945. № 1. С. 30



второй половины 1940-х гг. риторика трудовой мобилизации, романтизирующая практики интенсивного и самоотверженного трудового подвижничества. На страницах журналов мод проблематика труда фактически не получает реализации. В фотографиях и рисунках изображены скорее отдыхающие, чем трудящиеся люди. Хотя отдельные элементы трудовой повседневности встречаются на страницах модных журналов. В третьем номере «Журнала мод» 1945 г. появляется раздел «Рабочие платья», где помещены рисованные изображения женщин, разговаривающих по телефону, печатающих на машинке, держащих папки бумаг в руках (рис. 5). Но это, безусловно, образы не работниц, а скорее конторских служащих, не находящихся в фаворите социалистических соревнований, не совершающих на трудовом посту подвигов. Безмятежность модных дам исключала саму вероятность их причастности к какому-либо физическому труду, а также к заботам о предприятии, пятилетке, Родине и пр. Лишь волнения о безупречности собственного имиджа тревожили журнальных героинь. Образы модниц, смотрящихся в зеркала, поправляющих прическу или макияж, встречаются в «Журнале мод» неоднократно [11, с. 1, 19, 33; 24, с. 24–25; 25, с. 21].



Рис. 5. Журнал мод. 1945. № 3–4. С. 18–19

Е. В. Сальникова определяет жанры советского модного журнала как «антисоветские» по своей сути, так как они подразумевали «культ внешнего, телесного и материального, вычленение отдельного человека из толпы, массы, коллектива хотя бы частично, а в более традиционном варианте – полное отчуждение его от активной социальной деятельности ради удобства демонстрации нарядов» [2, с. 114]. Безусловно, мода первых послевоенных лет не коррелировала с реалиями восстановительного периода и трендами советского политического дискурса, ориентирующего граждан на «трудовой подъем». Но, на наш взгляд, более корректным определением советской моды данного периода является не столько «антисоветскость», сколько «элитарность». Об этом феномене моды «сталинского» периода пишет

Дж. Бартлетт, определяя советский модный дискурс как «один из элементов сталинского культурного мифа», в русле которого транслировалась сталинская концепция роскоши, имевшая мало общего с действительностью [26, с. 11, 20]. Косвенным свидетельством элитарности модного дискурса послевоенного периода являлась и стоимость модных журналов. Так, например, номер «Журнала мод» стоил 45 руб. Для сравнения выпуск журнала «Крокодил» обходился читателям в 1 руб. 20 коп.; журнал «Смена» стоил 2 руб.; издание «Книги о вкусной и здоровой пище» (объемом 400 с.) – 15 руб.

Вероятно, вследствие очевидной «инородности» послевоенного модного дискурса (в сравнении с кризисными реалиями послевоенной повседневности) апелляция к модной проблематике являлась темой многочисленных сатирических сюжетов, опубликованных в журнале «Крокодил» второй половины 1940-х гг. Критические публикации, касающиеся «модной» темы, можно условно разделить на три группы.

Первую из них составляют сюжеты, в которых критиковались непосредственно транслируемые модные тенденции периода. Более выраженно оппонировался «меховой» модный тренд. В фельетоне В. Катаева «Советы молодой красавице» дана следующая рекомендация по подбору пальто: «Что же касается пальто, то оно... может быть, какое бог пошлет, но только непременно закиданное по всем направлениям хвостами. Разумеется, желательно чтобы хвосты были чернобурой лисицы. Но можно для оформления пальто воспользоваться и другими хвостами, лишь бы их было не менее шести-семи» [27, с. 9]. В фельетоне М. Эделя «Серый каракуль» герой стал «жертвой моды», обознавшись с девушкой, так как «все женщины носят теперь серый каракуль» [28, с. 9]. «Меховая» тема получила рассмотрение и в карикатурах «Крокодила» (рис. 6).



Рис. 6. Почуяла дичь (рисунок Л. Соифертиса) // Крокодил. 1946. № 4. С. 8

Вторую группу сатирических публикаций «модной» проблематики составляют сюжеты, актуализи-

рованные в русле кампании по борьбе с космополитизмом и высмеивающие преклонение модников перед Западом. В рассказе С. Писахова «Модница» читаем: «Приходит в магазин модница. Вся гнется, ломается – модную походку выделяет. Говорить начала – и голосом тоже вывертывает: то через нос, то через зубы – этим модница хочет показать, что будто бы по-иностранному разговаривать умеет» [29, с. 11]. Данная линия критики усиливалась фотосюжетами, посвященными демонстрации комичных образов западной моды – шляп с огромной Эйфелевой башней, статуей Свободы и пр. [30, с. 11].

В сюжетах третьей группы, наиболее широко представленных на страницах «Крокодила», критиковался скорее образ жизни некоторых представителей молодого поколения, заключающийся в чрезмерном внимании к моде и своему внешнему облику в ущерб развитию личности. Данная линия критики была актуализирована в советском дискурсе еще в конце 1930-х гг. и акцентировала внимание на важности внутренней «культурности» советского человека (презентуемой через такие качества, как сознательность, ответственность, убежденность) и обманчивости внешнего лоска [31; 32]. В послевоенный период означенная проблематика звучала в фельетонах и карикатурах «Крокодила», где героини-модники описывались следующим образом: «В пуловере цвета пиретрум, в сиреновой куртке, в зеленых штанах, в немислимой шляпе (в лиловых тонах) из фетра, подбитого ветром. В цветных башмаках. ...Завит и напудрен. ...Двенадцать последних новинок-острот, двенадцать последних пластинок-фокстрот. ...Он рта не откроет теперь своего: зачем утруждаться, когда за него поют и острят аппараты?» [33, с. 4]; «Боря все-сторонне завивался, но односторонне развивался» [34, с. 12]; «Костюмчик оторвал мировецкий, Галстук – на ять, ботиночки – закачаешься!.. Теперь я культурный – во!» [35, с. 5] и т. п. Контекстуально именно к этой группе можно отнести фельетон Д. Беляева «Стиляга», опубликованный в «Крокодиле» 1949 г. (впоследствии давший название социально-культурной девиации советского социума – стилиажничеству): «Стиляга знаком с модами всех стран и времен, но не знает... Грибоедова. Он детально изучил все фоксы, танго, румбы, линды, но Мичурина путает с Менделеевым и астрономию с гастрономией» [36, с. 10].

Таким образом, предпринятый анализ отечественных журналов мод 1940-х гг. позволил прийти к выводу, что, несмотря на тяготы послевоенного времени, в модных изданиях сохранился элитарный модный тренд, презентуемый еще в середине 1930-х гг. Модные образы, представленные на страницах журналов, не коррелировали со спецификой послевоенной повседневности (товарным дефицитом, коммунальными проблемами и пр.) и риторикой СМИ, стимулирующей

граждан на трудовые подвиги. Имидж и образ жизни героев и героинь журналов мод мог быть воссоздан только в привилегированных группах горожан (творческой интеллигенции, высокопоставленных советских, партийных и хозяйственных управленцев). Именно эти группы послевоенного советского социума были «адресатами» презентуемых модных веяний, потребителями модных изделий. Элитарная «инородность» модных образов, а также излишняя увлеченность «модников» конструированием собственного внешнего имиджа в ущерб развитию личности стали темой карикатурных сюжетов и фельетонов «Крокодила». Обращение «Крокодила» к освещению данных «модных» девиаций отличалось стадиальностью, определяющей спецификой политических кампаний второй половины 1940-х гг. (например, борьбой с космополитизмом). Важно отметить, что «модные» девиации не являлись количественно выраженными на страницах «Крокодила», значительно уступая сюжетам, посвященным более «важным» аномалиям советского социума: хищениям, бюрократизму, припискам, невыполнению планов и пр., которые наносили больший ущерб предприятиям и государству, нежели модные излишества.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Дашкова Т. Трансформация женских образов на страницах советских журналов 1920–1930-х годов / Т. Дашкова // Женский дискурс в литературном процессе России конца XX века. – URL: [http://www.a-z.ru/women\\_cd1/html/dashkova.htm](http://www.a-z.ru/women_cd1/html/dashkova.htm)
2. Сальникова Е. В. Советская культура в движении : от середины 1930-х к середине 1980-х гг. Визуальные образы, герои, сюжеты / Е. В. Сальникова. – 2-е изд. – М., 2010.
3. Гурова О. Ю. От бытового аскетизма к культу вещей : идеология потребления в советском обществе / О. Ю. Гурова // Люди и вещи в советской и постсоветской культуре. – Новосибирск, 2005.
4. Захарова Л. Советская мода 1950–1960-х годов : политика, экономика, повседневность / Л. Захарова // Теория моды. Одежда. Тело. Культура. – 2007. – № 3.
5. Вайнштейн О. Моделируя советских женщин : портниха как культурный герой эпохи социализма / О. Вайнштейн // Теория моды. Одежда. Тело. Культура. – 2007. – № 3.
6. Щипакина А. Мода в СССР : Советский Кузнецкий, 14. / А. Щипакина. – М., 2009.
7. Golubev A. Making Selves through Making Things : Soviet Do-It-Yourself Culture and Practices of Late Soviet Subjectivation / A. Golubev, O. Smolyak // Cahiers du monde russe. – 2013. – № 3–4.
8. Деготь Е. От товара к товарищу. К эстетике рыночного предмета / Е. Деготь // Логос. – 2000. – № 5/6.
9. Новые модели одежды // Советская Сибирь. – 1949. – 1 мая.

10. Винниченко И. В. Мода в условиях социализма / И. В. Винниченко // Современные исследования социальных проблем. – 2011. – № 2.
11. Журнал мод. – 1945. – № 1.
12. Журнал мод. – 1948. – № 1.
13. Журнал мод. – 1948. – № 3.
14. Журнал мод. – 1948. – № 4.
15. Журнал мод. – 1949. – № 3.
16. Журнал мод. – 1945. – № 3–4.
17. Журнал мод. – 1945. – № 2.
18. Журнал мод. – 1949. – № 1.
19. Работница. – 1946. – № 4–5.
20. Работница. – 1946. – № 11–12.
21. Журнал мод. – 1948. – № 2.
22. Работница. – 1946. – № 9.
23. Советская женщина. – 1946. – № 3.
24. Журнал мод. – 1950. – № 3.
25. Журнал мод. – 1950. – № 4.
26. *Бартлетт Дж.* FashionEast : призрак, бродивший по Восточной Европе / Дж. Барлетт. – М., 2011.
27. Катаев В. Советы молодой красавице / В. Катаев // Крокодил. – 1946. – № 3.
28. Эдель М. Серый каракуль / М. Эдель // Крокодил. – 1946. – № 6.
29. Писахов С. Модница / С. Писахов // Крокодил. – 1947. – № 15.
30. Ольгин В. Крик моды / В. Ольгин // Крокодил. – 1949. – № 10.
31. Волков В. В. Концепция культурности / В. В. Волков // Социологический журнал. – 1996. – № 1–2.
32. Клинова М. А. Концепция «культурности» в социальной политике второй половины 1930-х гг. / М. А. Клинова // Человек. – 2017. – № 4.
33. Короткий Э. Монтигемо лакированный коготь / Э. Короткий // Крокодил. – 1946. – № 7.
34. Дыховичный В. Боря Н / В. Дыховичный, М. Слободской // Крокодил. – 1950. – № 35.
35. На все сто // Крокодил. – 1946. – № 19.
36. Беляев Д. Стиляга / Д. Беляев // Крокодил. – 1949. – № 7.

*Институт истории и археологии Уральского отделения Российской академии наук*

*Клинова М. А., доктор исторических наук, старший научный сотрудник*

*E-mail: klinowa.m@yandex.ru*

*Institute of History and Archaeology of the Ural Branch, Russian Academy of Sciences*

*Klinova M. A., Doctor of Historical Sciences, Senior Research Fellow*

*E-mail: klinowa.m@yandex.ru*