

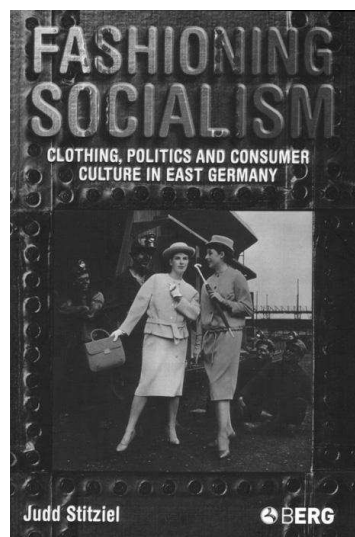
Моделируя социализм

Исследование Джада Ститцеля «Моделируя социализм»: одежда, политика и культура потребления в Восточной Германии» рассматривает моду под углом экономической, социальной и культурной политики. Эта работа выполнена в русле популярного и быстро развивающегося

направления «европейской истории потребления». По признанию специалистов по истории потребления в социалистических странах, ГДР является самой изученной территорией социалистической моды (Тихомирова 2004).

С первых страниц книга буквально захватывает как увлекательной темой, так и остроумным подбором иллюстраций, демонстрирующих популярные образы той эпохи, сатирическими карикатурами с «гримасами социализма» и выдержками из писем «простых немецких» рабочих и слу-

Stitzel J.
Fashioning
Socialism.
Clothing, Politics,
and Consumer
Culture in East
Germany. Oxford;
N.Y.: Berg. 2005.
259 pp.



жащих в духе незабываемой фрау Кернер из фильма «Гуд-бай, Ленин!». Вместе с тем неизбежно возникает постоянное ощущение дежа-вю, где картинки из журнала «Ойленшпигель» мешаются с карикатурами из давнишних «Крокодилов», и хочется, как в длинной очереди, взмахнув, перебивая, дорассказать за автора начатый сюжет, обогатив его собственными бытовыми мемуарами. Реалии советской повседневности с ее поистине эпическими дефицитом и очередями, «выбрасыванием» вместо «поступления новых коллекций» и «доставанием» вместо попинга не понаслышке знакомы не только тем российским читателям, большая часть жизни которых пришлось на эпоху социализма, но даже тем, кто едва успел побывать октябренок. На днях, разбирая семейный альбом с давно заученными наизусть фотографиями, моя младшая сестра (1982 года рождения), взглянув на странноватых женщин и мужчин в одинаковых норковых шапках и добытых по случаю сапогах-мунбутах в ансамбле с классическими пальто, заметила: «Ой, ну до чего ж мы все здесь смешно одеты, а вот эту кофту мне связала мама из твоего свитера...»

Главнейшими факторами, повлиявшими на моду в Восточной Германии с самых первых мирных лет после Второй мировой войны, были экономика и политика. Этой стране досталось нелегкое послевоенное наследство: в предвоенные и военные годы промышленность Германии была практически полностью перестроена в пользу ВПК, а затем главные центры производства сырья и текстиля остались в западной оккупационной части. Нацизм разрушил не только производственную базу, но и спровоцировал кадровый голод: большинство специалистов-евреев были изгнаны или уничтожены. Ситуация тотального послевоенного дефицита заставляет заниматься не столько вопросами моды, сколько элементарным насыщением рынка. Поэтому первым направлением уже не модной, а только легкой индустрии плановая экономика делает *идеологию массы*, или *идеологию тонн*. Логика массового производства приводит содержимое прилавка в соответствие с политическими целями и перспективами и не имеет прямой связи ни с потребительской эстетикой, ни с запросами покупателя. Планирование и программирование уничтожает саму идею моды, которую можно предугадать, но нельзя измерить годами пятилеток.

Так дамские туалеты становятся «вещами», а на страницах восточно-германских подруг «Работницы», «Крестьянки» и «Советской женщины» разворачивается сатирическая битва между фатоватой, ветреной, непатриотичной Госпожой Модой (Frau Mode) и умеренным, практичным, наделенным высшими гражданскими доблестями Господином Вкусом (Herr Geshmack), где последний побеждает как силой убеждения, так и слабостью легкой промышленности, которая обрекает дам

на вынужденную элегантность аскетизма. В помощь Господину Вкусу политбюро ГДР в 1952 году инициирует создание Института культуры одежды, а в 1957 году Госпожа Мода реабилитируется, получив звание социалистической, и допускается в то же учреждение, которое отныне именуется Немецким институтом моды, а позднее Институтом моды ГДР. Этот институт занимается задачами дизайна, пропаганды и адаптации для целей промышленного производства, вырабатывая так называемую «модную линию ГДР».

Поначалу проповедь умеренности и хорошего вкуса в искусстве одеваться остается риторическим упражнением, поскольку после войны не остается не только моды, но и одежды как таковой. Огромной популярностью пользуются известные всей военной и послевоенной Европе рецепты переделки и перелицовки, превращения старого в новое. Однако такое приспособление к дефициту переживает свое естественное время и становится характерной для социализма практикой потребительского поведения. Российские исследователи Е. Герасимова и С. Чуйкина остроумно определяют социалистическое общество как «общество ремонта», где любая вещь надолго переживает свой обычный срок, не только занашиваясь до дыр или служа до окончательной поломки, но и становясь материалом для следующего нужного объекта (Герасимова, Чуйкина 2004). Примечательно, что и в советском обществе деэстетизация быта, обращение к первичным функциям одежды также были заложены в послевоенные годы и передавались советским женщинам как базовый концепт из поколения в поколения, а само понятие вкуса из эстетического превращалось в чисто экономическое, поскольку под вкусом подразумевалась бережливость (Тихомирова 2004). Вплоть до конца восьмидесятых годов, то есть до конца социалистической эпохи, женские и мужские журналы и энциклопедии домашнего хозяйства полны изобретательных советов о том, как из чего-то сломавшегося смастерить что-то действующее.

Невозможность участвовать в модном процессе возвращает одежду к ее первоначальной функциональности, как это происходит и в традиционной культуре, где тоже существуют устоявшиеся способы и модели обращения и переделки старых вещей (Герасимова, Чуйкина 2004). С другой стороны, традиционализм в одежде как оппозиция моде в Восточной Германии выражается и в способе изготовления новой одежды, и в том образе, который пропагандируется в качестве новой социалистической и патриотичной немецкой модной линии. Дирндл, или дирнделькляйд (das Dirndl, das Dirndelkleid), — народный баварский костюм, состоящий из блузы, юбки, передника и корсажа, дает большую возможность для комбинации, его легко сшить самой из старых платьев. Он-то

и становится героем журналов для женщин. Сельские труженицы носят его везде и всюду, а городские работницы — дома, что символизирует рождение из нацистских руин молодой страны, проникнутой подлинно германским духом. Традиционность социалистического народного костюма апеллирует не только к идеализированному историческому прошлому, но и к постоянству, практичности, нравственному здоровью сельского быта в противовес легковесным, извращенным и избыточным, в конечном итоге капиталистическим увлечениям города.

Изменение социального строя формирует новое социальное тело женщины, которая значительную часть времени проводит, трудясь в общественных учреждениях, на заводе, в сельском коллективном хозяйстве, лишь ненадолго возвращаясь к своим Kinder и Küche (детям и кухне). Институт культуры одежды отвечает на этот вызов созданием различных моделей рабочей одежды — отметим, довольно эстетичных даже с современной точки зрения. Специальные модели для немецких работниц, как и дирндл, необычайно женственны, но совершенно неэротичны, подчеркнуто целомудренны: они полностью закрывают шею, плечи, запястья, ноги, неясно обрисовывают фигуру. С другой стороны, социалистическая мода реабилитирует полную, корпулентную женскую фигуру. Как видно, официальная модная идеология стремится размыть рафинированный модный стандарт, что ведет к определенной демократизации модного образа и отсутствию эстетической дискриминации. Поэтому отныне любая женщина обладает модным телом. Несмотря на это, несовершенство полной, расплывшейся фигуры становится отправной точкой для создания целого направления в моде: одежды для полных женщин. Костюм для полных призван не подчеркнуть, а скорректировать бесформенную массу тела, создать его новую архитектуру. Джад Ститцель подчеркивает, что в реальности именно стройное женское тело оставалось эталоном по обе стороны Берлинской стены, а социалистическая реабилитационная мода для полных была излюбленным предметом карикатур.

Скромность, практичность, функциональность — вот определяющие черты немецкой социалистической моды, пропагандировавшейся официальными органами. Между тем с победой социализма в Восточной Германии ни Западная Германия, ни Запад в целом не перестали существовать: Институт культуры одежды должен был не только обслуживать внутренние идеологические и экономические нужды, но также вести борьбу на внешнем фронте, доказывая, что социалистическая мода ни в чем не уступает западной. Так возникает интереснейший, подробно исследованный автором феномен «социалистического кутюра» — недолгое существование конгрессов моды социалистичес-

ких стран, которые были в то же время одним из средств идеологической консолидации нового политического блока, открытие берлинского бутика «Сибилла», названного в центральных газетах дамским раем, где можно было купить действительно модную вещь. Вслед за «Сибиллой» множество подобных магазинов с характерными салонными, чуть жеманными названиями открылось в других крупных городах ГДР. Представляя лицо новой немецкой моды на мировой арене, «социалистический кутюр» в то же время подвергался сильнейшим нападкам внутри страны. Здесь впору вспомнить слова простого донбасского парня из советского фильма «Высота», который предлагал нарядившейся для вечернего свидания девушке оставить яркие цвета и смелые фасоны для Южной Америки. Несчастные художники были вынуждены совершать неестественные скачки от земли к искусству высокой моды и назад, отвечая требованиям «простой немецкой женщины» и партии, которые с наивностью деревенской тетушки, втискивающейся в воскресное, нарядное и неудобное городское платье, стремились не отставать от заграничных капиталистических модниц и вместе с тем соответствовать стандартам социалистического быта. Это отторжение моды было, как кажется, неслучайным, поскольку «социалистический кутюр» на уровне идеи был адресован не внутреннему потребителю, а стороннему реципиенту и носил характер внешнего символа благополучия и достатка.

Парадоксально, но, даже максимально упростив костюм и вовсе отказавшись от моды, легкая промышленность, регулируемая плановой экономикой, все же не смогла выполнить первичную задачу — обеспечить население одеждой, а утратившая индивидуальность одежда переставала быть функциональной. Безликая фабричная вещь не могла подойти реальному человеку с его индивидуальным телом, поскольку предназначалась для абстрактной человеческой единицы. По большей части фабричная одежда не соответствовала размерам и оставалась лишь полуфабрикатом, который «доводился до ума» подручными способами или у портных. Костюм как гармоничное цветовое и стилистическое сочетание предметов одежды также перестал существовать, потому что в условиях постоянного дефицита планировать гардероб было попросту невозможно. Как показывает автор, газеты и журналы буквально пестрят письмами граждан, которые вынуждены были совершать ежедневные дальние и ближние путешествия по городу, окрестностям или даже в столицу в поисках нужной детали гардероба, например свадебных белых туфель или официального черного костюма.

Книга Джада Ститцеля подробно рассматривает все аспекты существования моды в условиях социализма, включая также анализ экономики

производства в легкой промышленности, системы управления производством и торговлей. Она дает множество зарисовок из повседневной жизни элегантных дам ГДР, незаурядно и остроумно решавших вечный женский вопрос: что надеть сегодня? Коль скоро одежда не производится в достаточном количестве и ассортименте, потенциальные адресаты новой, «правильной» моды, даже приняв и усвоив желательный образец, не могут его воспроизвести, используя только «легальный» путь приобретения товаров в государственных магазинах. Огромный разрыв между реальными потребностями покупателей и абстрактными построениями плановой экономики сделал социалистическую моду химерой, а модный журнал — идеологическим плакатом.

В современных российских исследованиях моды и культуры, посвященным судьбам моды и одежды в советском обществе, авторы подчас слово в слово проговаривают выводы зарубежных коллег, изучающих опыт социалистических стран (Захарова 2006). Эту солидарность нетрудно объяснить, поскольку схожая экономическая модель и потребительские практики присутствовали на территории всей Восточной Европы. Но кажется, что читательницы книги в России не вполне смогут разделить сетования немецких женщин, цитированные автором в книге, по поводу ассортимента магазинов, соответствия размеров и цветов нейлоновых блузок. Для большинства советских современниц ГДР даже самый простой немецкий универмаг был бы дамским раем не хуже берлинского бутика «Сибилла» (Тихомирова 2004). В Советском Союзе московские фирменные магазины с товарами из соцстран (югославский «Белград», польская «Ванда», венгерский «Будапешт» и др.) были необыкновенно популярны и входили в обязательную программу посещения желающей прилично одеться дамы, наравне с ГУМом и ЦУМом. И даже ваша покорная слуга, замиравшая в детстве перед витринами магазина «Лейпциг» на улице Академика Варги и с восторгом рассматривавшая мамнины волшебные гдээрговские вещицы, не может удержаться от сварливого восклицания: «Ну уж этим-то чего не хватало!»

Литература

- Герасимова, Чуйкина 2004 — Герасимова Е., Чуйкина С. Общество ремонта // Неприкосновенный запас. 2004. № 2 (34).
- Захарова 2006 — Захарова Л. «Наиболее распространенной является форма прямого пальто с однобортной застежкой»: о советской моде эпохи «оттепели» // Неприкосновенный запас. 2006. № 12 (45).
- Тихомирова 2004 — Тихомирова А. В 280 километрах от Москвы: особенности моды и практик потребления одежды в советской провинции (Ярославль, 1960–1980-е годы) // Неприкосновенный запас. 2004. № 5 (37).