

КВАНТИТАТИВНАЯ ИСТОРИЯ

QUANTITATIVE HISTORY

СОВЕТСКАЯ МОДА ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ САТИРИЧЕСКОГО ЖУРНАЛА «ПЕРЕЦЬ» (1964–1991 гг.): БАЗА ДАННЫХ, КОНТЕНТ-АНАЛИЗ КАРИКАТУР

SOVIET FASHION IN THE PRISM OF THE SATIRICAL MAGAZINE PERETS' (1964–1991): DATABASE, CONTENT ANALYSIS OF CARICATURES

Корниенко Ольга Викторовна,
аспирант Харьковского национального
университета имени В. Н. Каразина (Украина)
E-mail: kornienko_olha@mail.ru

Olha V. Korniienko

Рассматривается эволюция официальной оценки тенденций в развитии советской моды на основе анализа сатирического журнала «Перець» в 1964–1991 гг. Формализация материалов журнала и связывание с ними определенных семантических категорий позволяет выделить два основных тематических блока и затем рассматривать, как меняется их содержание в изучаемый период. Приводятся результаты контент-анализа созданной реляционной базы данных, содержащей цифровые изображения и их описания. Проводится интерпретация основных направлений и объектов критики, отраженных в изобразительных материалах, и ее эволюция в течение последних 25 лет существования советской власти.

Ключевые слова: социальная история, советская мода, карикатура, база данных, контент-анализ.

The article considers the evolution of the official estimates of trends in the development of Soviet fashion, based on the analysis of the satirical magazine Perets' 1964–1991s. The formalization of the materials of the magazine and linking them with specific semantic categories allow to highlight two main thematic blocks, and then consider how their content during the period studied is changed. The results of content analysis of the created database which contains digital images and their descriptions are presented. The interpretation of the main objects and directions of criticism reflected in the visual materials, and its evolution during the last twenty-five years of the Soviet regime are made.

Keywords: social history, soviet fashion, caricature, database, content analysis.

В СССР социальной карикатуре отводилась роль критики явлений, которые, по мнению партийных функционеров, мешали строительству социалистического общества. Одним из таких негативных явлений, как считало руководство страны, была мода, понимаемая в контексте западного влияния.

Целью исследования является рассмотрение официальной позиции в оценке советских модных тенденций на основе анализа сатирического журнала «Перець» (1964–1991 гг.). Журнал «Перець» был одним из ярких проявлений официальной сатиры и юмора в Советской Украине. Сначала он издавался как двухнедельник под названием «Красный Перець», выходил на русском языке в 1927–1934 гг. в Харькове. В 1934 г. после ряда репрессий против сотрудников «Красный перець» прекратил свое существование. В мае 1941 г. журнал возобновил свою деятельность в Киеве под названием «Перець». Журнал был печатным органом ЦК Компартии Украины.

Слово «*карикатура*» происходит от итальянского *karikare*, что означает «нагружать», «отягощать». Изображая того или иного человека, карикатурист подчеркивает наиболее характерные его черты, доводит их до предельной броскости, отбрасывая второстепенные, несущественные детали, сознательно «нагружая», «отягощая» самое типичное в нем и тем самым достигая максимального выявления главного¹. Нужно отметить, что карикатура подчиняется одной основной задаче — высмеять. Так, по мнению известного художника-сатирика Л. Самойлова, главная и единственная цель карикатуриста — осмеять, унижить врага, выявить все самое мерзкое, отталкивающее, смешное в его облике, раскрыть в предельно разоблачительной ситуации простейшими, понятными любому и каждому средствами, его суть².

В Советском Союзе карикатура считалась особым видом сатиры, которая, с одной стороны, была очень популярна среди населения, а с другой — жестко контролировалась властью и должна была выполнять определенный политико-идеологический заказ. Сила и действенность сатиры, по мнению известного советского карикатуриста Бориса Ефимова, также зависит от умения художника через смех и посредством смеха дать читателю понять и почувствовать, насколько то или иное явление заслуживает осмеяния, порицания, презрения; заставить читателя разделить мысли и чувства художника, принять характеристики и оценки этого явления, высказанные художником с помощью карикатуры³. Как следствие, при изучении данной проблематики следует учитывать, что такая сатира влияла на формирование определенных стереотипов, взглядов, образов у населения.

В нашем исследовании карикатура используется как источник, который отображает гротескное изображение действительности и дает «нормативное» представление о восприятии тенденций моды в стране глазами современников. Она предоставляет возможность увидеть, какие стереотипы закреплялись в массовом сознании населения, определить и понять направленность официальной пропаганды в сфере моды.

Отметим, что работы по анализу советских сатирических изданий с помощью баз данных и контент-анализа начали проводить недавно. Так, исследование Ж. Г. Поповой посвящено анализу сатирического журнала «Крокодил», в котором она с помощью базы данных и количественных подходов прослеживает изменения тематики советской сатиры в 1920–1930-е гг.⁴ В работах Е. А. Еремеевой анализируются официальный и неофициальный юмористические дискурсы по материалам текстов журнала «Перець» и советских политических анекдотов, где приводятся результаты контент-анализа созданных реляционных баз данных⁵.

СТРУКТУРА БАЗЫ ДАННЫХ И АНАЛИЗ КАРИКАТУР

Материал, на котором основывается наше исследование, включает все 672 выпуска журнала «Перець» за 1964–1991 гг. В процессе разработки тематического ресурса были оцифрованы 570 карикатур, непосредственно связанных с темой моды, одежды, внешнего вида («дресс-кода») советского человека. На основе этого материала была построена база данных (далее — БД) на основе СУБД MS Acces.

В инфологической модели базы данных стержневой сущностью стала карикатура. Материал был поделен по типам: карикатуры без подписи, карикатуры с подписью, карикатуры с памфлетом. Каждой карикатуре был присвоен уникальный номер. С ней связаны (тип связи один-ко-многим, (см. рис. 1)) характеристические сущности: «проблематика» (что высмеивали с помощью карикатуры), «образ» (кого высмеивали), «сравнительный образ» (с кем сравнивали), «место действия». В соответствии с этой инфологической моделью была построена БД, где каждой сущности и ее атрибутам была отведена отдельная таблица (см. рис. 2).

Структура БД включает 9 таблиц и 15 полей. Поскольку поля БД преимущественно числовые, были созданы дополнительные таблицы с расшифровками проблематик, образов, сравнительных образов и места действия. Поля включают следующую информацию о каждой карикатуре: номер карикатуры, год, номер выпуска, страница, тип мате-

риала, автор, изображение, проблематика, образ, сравнительный образ и место действия. В БД также помещены цифровые имиджи всех 570 исследуемых карикатур, «кликнув» по которым, любой пользователь через гиперссылку попадает на электронный вариант каждой карикатуры, размещенной в Интернете (см. рис. 3).

Анализ карикатур в нашем исследовании проводится с помощью количественных методов. Так,

использовался метод построения таблиц сопряженности (кросс-табуляция) для анализа взаимосвязи признаков, были вычислены коэффициенты Крамера и Пирсона. Метод кластеризации (агломеративно-иерархический анализ) позволил с помощью дендрограммы классифицировать семантические категории. В процессе реализации метода контент-анализа определялась частота встречаемости и степень значимости семантических категорий.

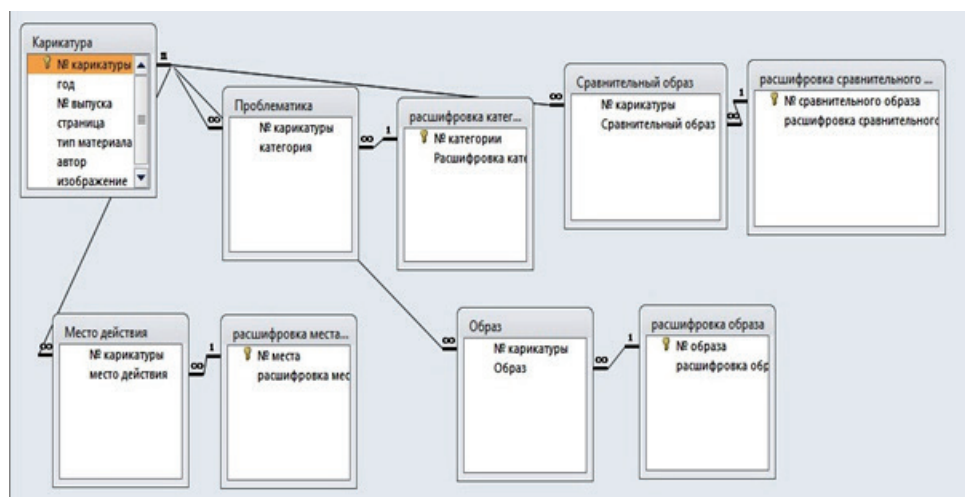


Рис. 1. Схема базы данных

№ карикатуры	год	№ выпуска	страница	тип матери...	автор	изображение
37	1968	4	5	2	Горбанов	https://drive.g
38	1968	8	16	2		https://drive.g
39	1968	9	15	2		https://drive.g
40	1968	10	3	2	Горбанов	https://drive.g
41	1968	14	8	2	Гераимчук	https://drive.g
42	1968	21	4	2	Гливиенко	https://drive.g
43	1968	22	14	2	Гераимчук	https://drive.g
44	1968	23	15	2	Степаненко	https://drive.g
45	1969	5	11	2		https://drive.g
46	1969	9	7	2	Ломидзе	https://drive.g
47	1969	13	12	2		https://drive.g
48	1969	15	10	2		https://drive.g
49	1969	15	14	2	Горбанов	https://drive.g
50	1969	17	11	2	Бакала	https://drive.g
51	1969	18	14	2		https://drive.g
52	1969	20	7	2	Горбанов	https://drive.g
53	1970	1	7	2	Васкленко	https://drive.g
54	1970	3	6	2		https://drive.g
55	1970	5	8	2	Горбанов	https://drive.g

Рис. 2. Структура базы данных

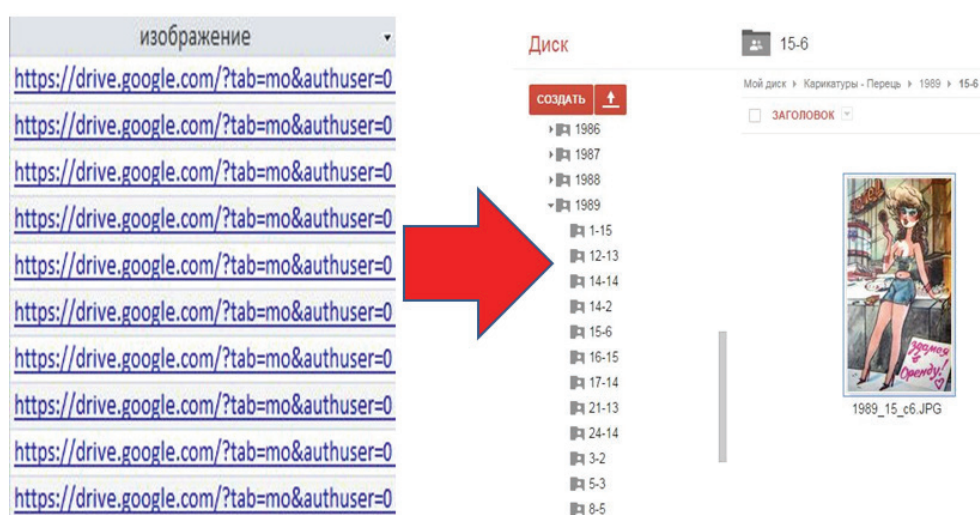


Рис. 3. Хранение коллекции карикатур

В результате анализа карикатур было выявлено 17 видов социальных проблем, 21 «образ», 25 «сравнительных образов» и 43 различных места действия. Путем кластерного анализа семантических категорий нами было создано два основных тематических блока. Первый блок — образ «модника» и проблемы, связанные с тем, как позиционировалась часть советской молодежи, устремленная на Запад, выражением чего являлась погоня за «брендами», модными вещами западного производства. Второй — одежда и обувь советского производства и ее восприятие советскими гражданами.

Исходя из результатов контент-анализа коллекции карикатур, представленной на страницах журнала «Перець», были выделены наиболее значимые проблемы и образы по каждому тематическому блоку за 1964–1991 гг. в процентном соотношении, а также доминирующие семантические категории отдельно по периодам «застоя» и «перестройки».

ОБРАЗ «МОДНИКА», УСТРЕМЛЕННОГО НА ЗАПАД

Судя по официальному взгляду, наиболее характерные черты «модников» были связаны с девятью социальными проблемами. За весь исследуемый период самой популярной проблемой было «тлетворное влияние Запада» — 43,5%

(см. рис. 4). К этой категории относились в первую очередь представители западной субкультуры — хиппи, а также люди, для которых первостепенным интересом являлась погоня за «брендами», модными вещами (см. рис. 5).

Следующей проблемой является деградация молодежи в обществе (12,5%): «продажность» — готовность ради денег, машины или прописки пойти на все; низкий уровень ума «модников»; разгульный образ жизни, аморальное поведение; убогие ценности и приоритеты (см. рис. 6). Третьей по значимости была проблема взаимоотношений — «отцы и дети» (12,5%). Она касалась таких аспектов, как неуважение к родителям и людям пожилого возраста (бабушкам, дедушкам), а также жизнь исключительно за счет родителей.

Весьма актуальна проблематика вредных привычек (11%), где изображались молодые люди с сигаретой, а также молодежь, которая веселилась и развлекалась в ресторанах, барах, клубах, где, естественно, не обходилось без алкогольных напитков. Далее следует проблема тунеядства (9%): молодежь ничего не делала и уклонялась от какой-либо работы и ответственности.

На страницах журнала поднимается такая категория как «блат» (4%) — многое решалось с помощью связей и денег. Седьмой по значимости проблемой является неуважение к старшим (3%). Особенно ярко это проявлялось в том, что молодежь не уступала место пожилым людям в общественном транспорте.

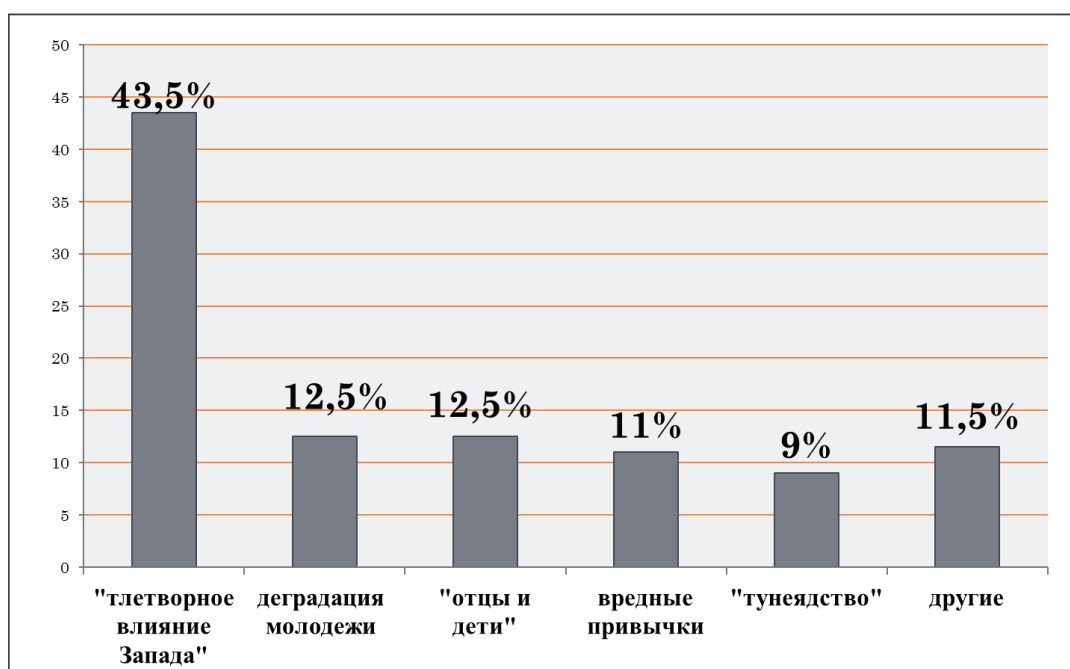


Рис. 4. Тематический блок 1. Проблематика (1964–1991 гг.)

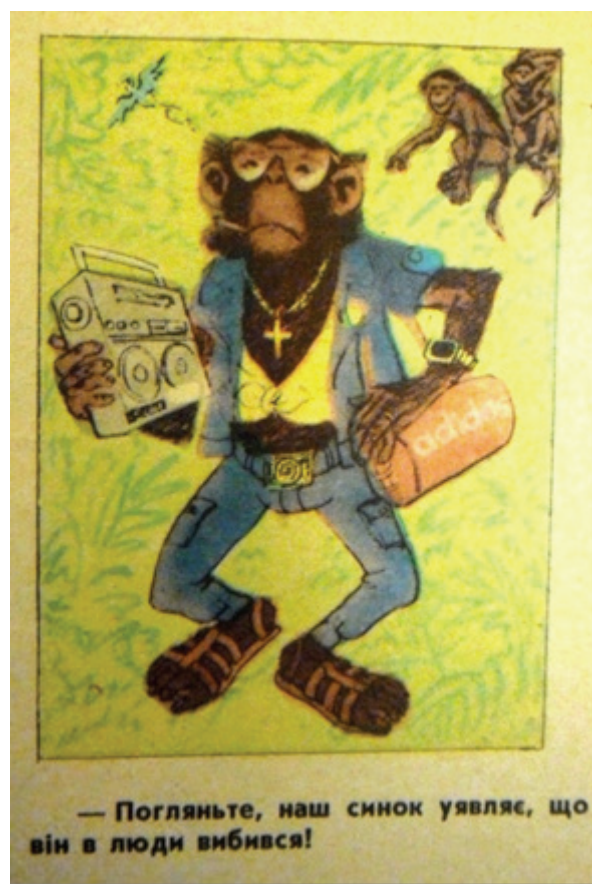


Рис. 5. Проблематика «Тлетворное влияние Запада»



Рис. 6. Проблематика «Деградация молодежи в обществе»

Следующая семантическая категория — проституция (2,5%), на иллюстрациях журнала она появляется с 1987 г. и встречается вплоть до развала СССР (рис. 7). Заключительной проблемой являет-

ся потребительство (1%). Эта категория применима к людям, которые стремились обладать большим количеством одежды и различными вещами западного происхождения.



Рис. 7. Проблематика «Проституция»

Далее подкатегория «образ модника» была поделена на два периода — «застоя» и «перестройки» с целью выявления наиболее значимых проблематик двух периодов. В период «застоя» преобладали следующие пять семантических категорий: «тлетворное влияние Запада» (48%), на второй план выходит проблема вредных привычек (13%), далее следует деградация молодежи в обществе (11%), «отцы и дети» (10%) и тунеядство (9%). Можно отметить, что период 1964–1984 гг. перекликается по приоритетным темам с общим изучаемым периодом (рис. 8). Однако уже в период «перестройки» можно наблюдать немного иную ситуацию. Хотя по-прежне-

му преобладает «тлетворное влияние» Запада (25%), на второй план выходит проблематика «отцы и дети» (21%), а также появляется новая семантическая категория — «проституция» (13%), которая характерна исключительно для периода «перестройки» (рис. 9).

Среди образов советских модников, подвергаемых критической оценке, за весь период 1964–1991 гг. преобладал образ «хиппи» (24%), на второй план выходила курящая молодежь (21%), что свидетельствует о наличии вредной привычки у подавляющего количества молодых людей, далее образ «жертвы моды» (20%), тунеядца (8%) и алкоголика (6%) (см. рис. 10).

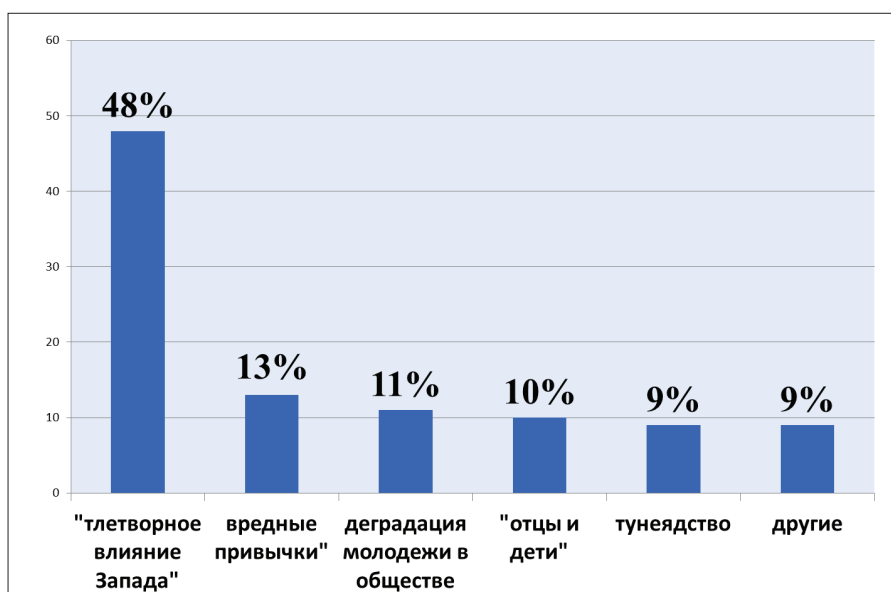


Рис. 8. Тематический блок 1. Проблематика (1964–1984 гг.)

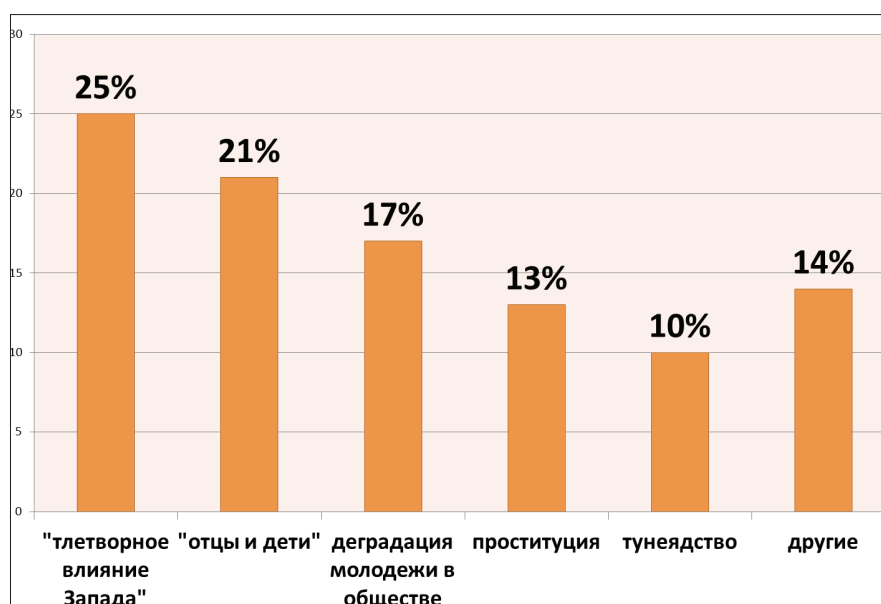


Рис. 9. Тематический блок 1. Проблематика (1985–1991 гг.)

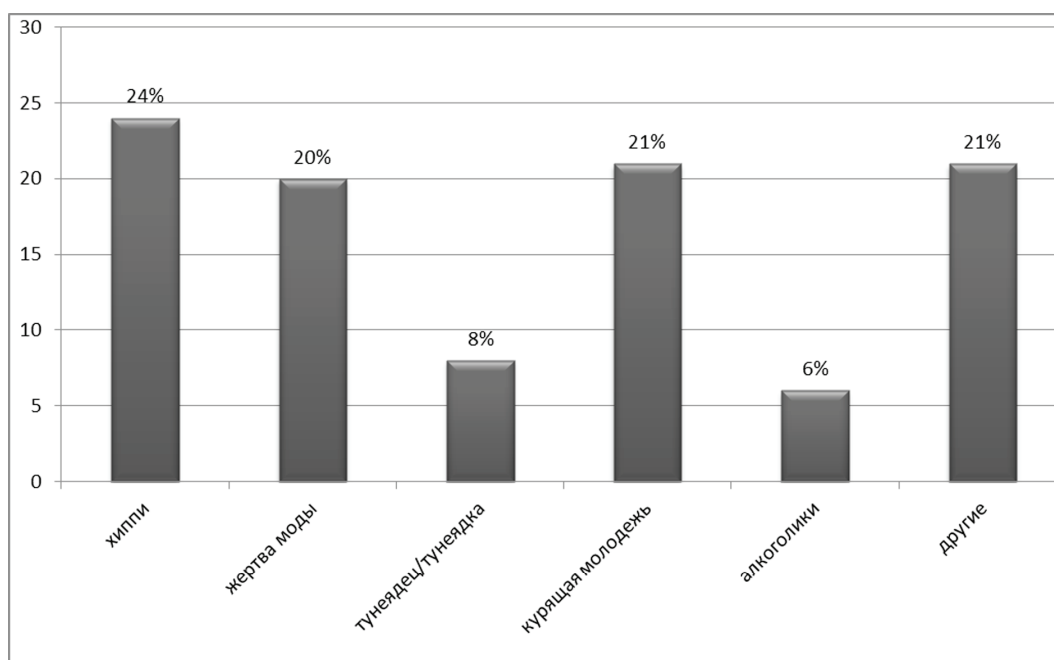


Рис. 10. Тематический блок 1. Семантические образы (1964–1991 гг.)

В период «застоя» преобладали такие образы, как хиппи (30%), курящая молодежь (20%), «жертва моды» (19%), тунеядец (8%), алкоголик (6%) (рис. 11–12). В период «перестройки» в пятерку наиболее популярных образов входит: «жертва моды» (25%), курящая молодежь (25%), проститутка (10%), тунеядец (9%), «фирмач» — человек, который носит только фирменные вещи (7%)

(см. рис. 13). Примечательно, что есть такие образы, которые встречались исключительно в период «застоя» или «перестройки». Так, образ «дама с собачкой» (2%) — продукт 1970-х гг., он существует вплоть до первой половины 1980-х гг., со второй половины 1980-х гг. появляется новый образ — проститутка, а также «фирмач», который вытесняет образы хиппи.

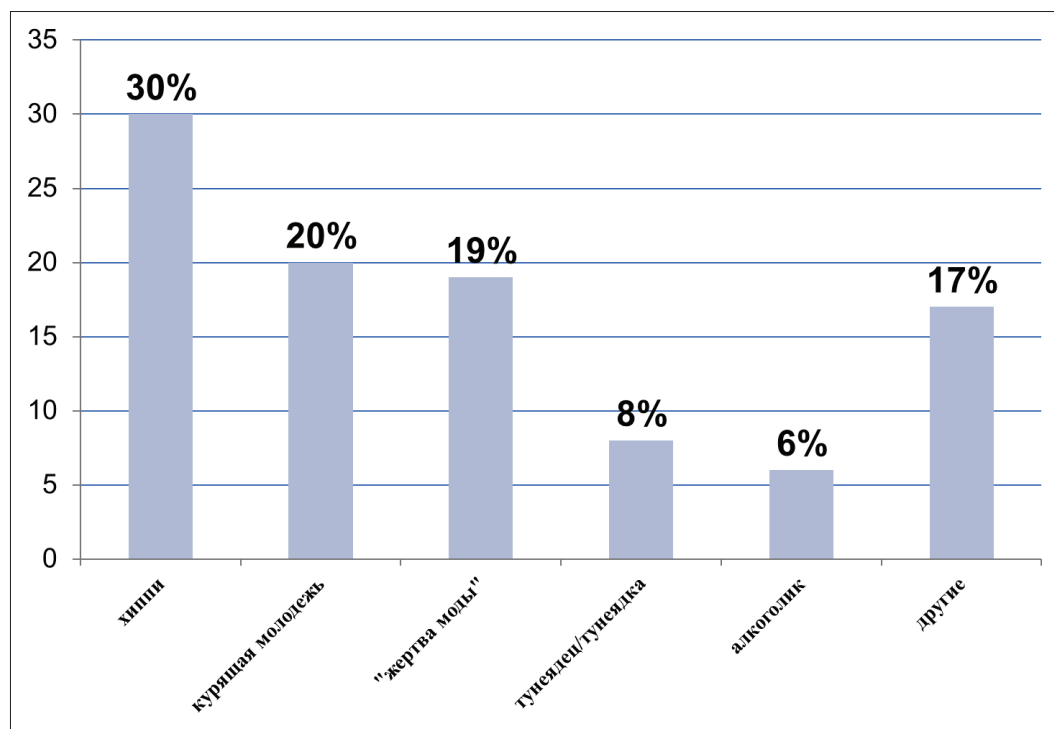


Рис. 11. Тематический блок 1. Семантические образы (1964–1984 гг.)

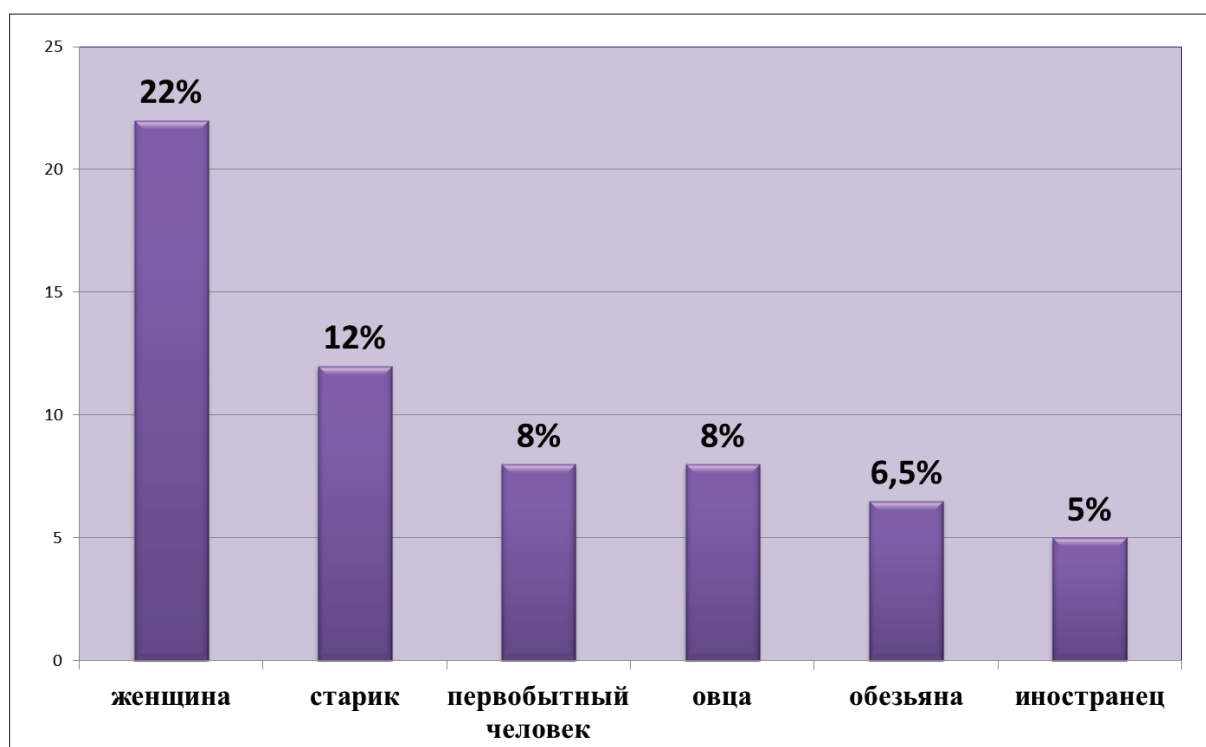


Рис. 14. Тематический блок 1. Сравнительные образы (1964–1991 гг.)

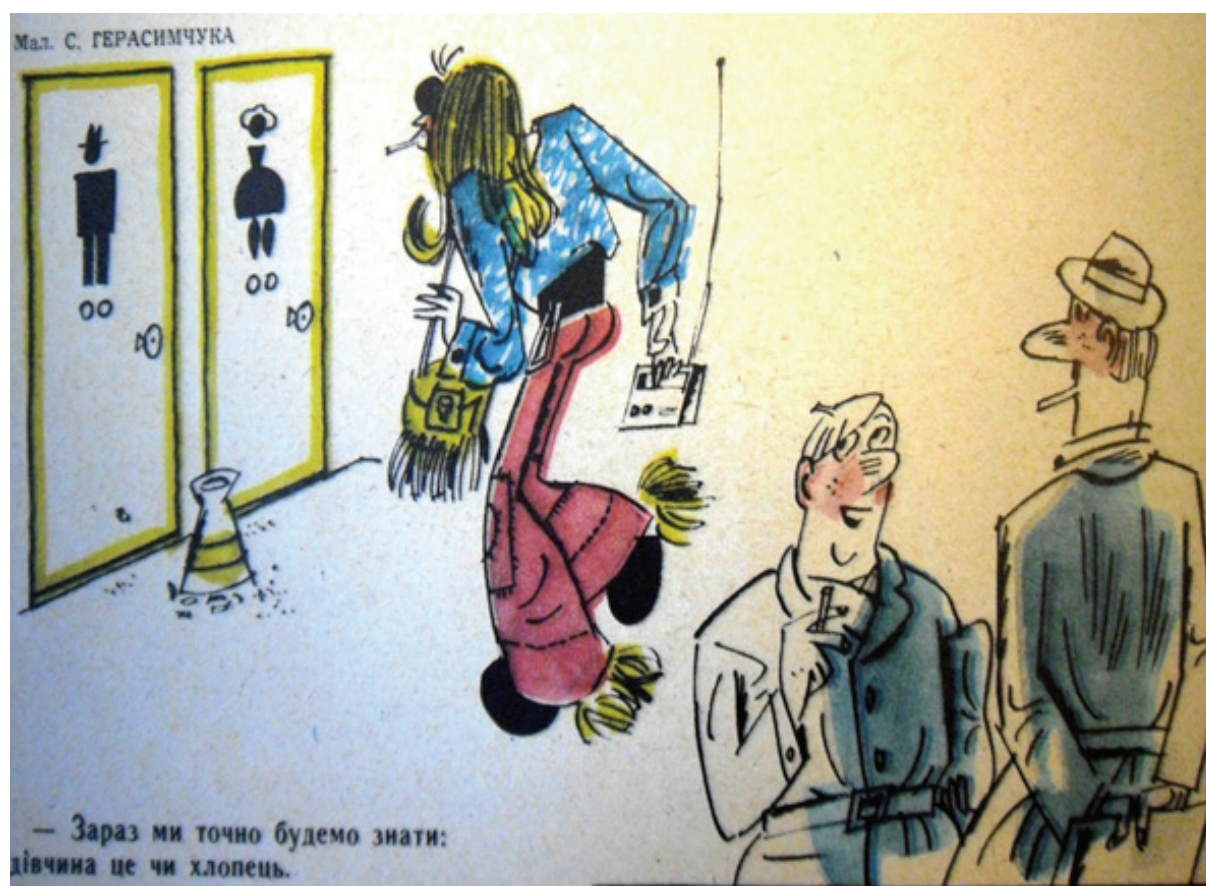


Рис. 15. Тематический блок 1. Сравнительный образ «женщина»

Ярким примером формирования ценностей «общества потребления» может служить карикатура, на которой изображены два крючка: на одном крючке в качестве наживки червяк с лейблом «made in...», а на втором — обычный червяк. В данном случае фактически все рыбы, видя наживку с западным лейблом, плывут к ней. Вероятно, данным изображением автор хотел показать потреби-

тельские склонности советских модников, для которых главным приоритетом при выборе одежды являлся лейбл «made in...» (рис. 16).

Среди сравнительных образов популярным было сравнение модника с различными видами животных (наиболее встречаемые — овца (8%) и обезьяна (6,5%)). Курящие девушки обычно сравнивались с «копченой рыбой» (2%) или пепельницей (2%).

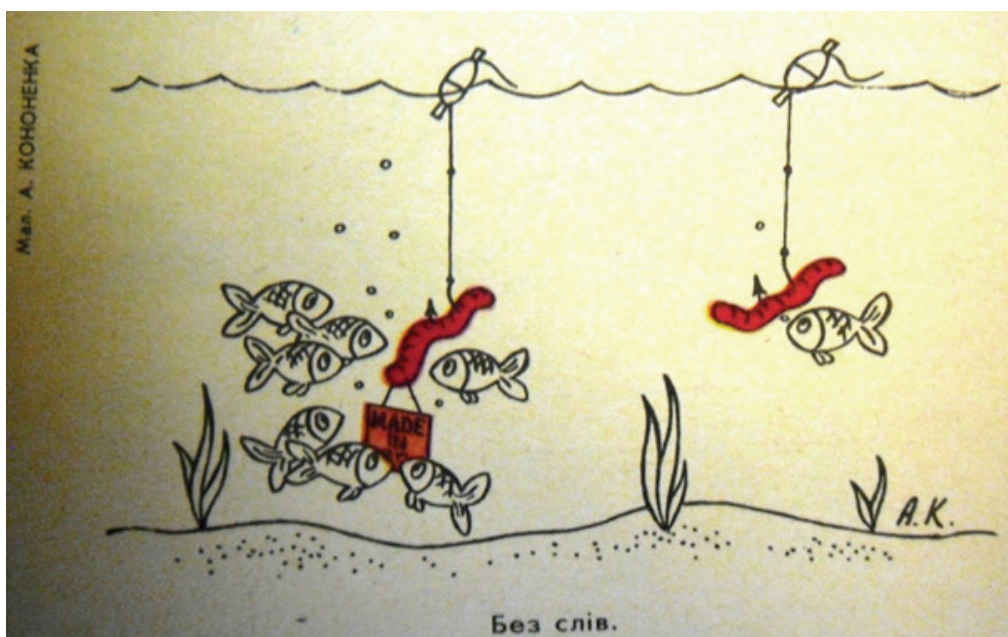


Рис. 16. Карикатура на потребительские склонности советских модников

Места действия различны: музей, зоопарк, улица, дом, ресторан, кафе, парикмахерская, библиотека, загс и т. д. В пятерку наиболее популярных мест входят улица, дом, ресторан, парикмахерская и общественный транспорт.

Таким образом, смешно нарисованная, метко направленная карикатура являлась острым оружием советской власти, которая всячески осуждала образ советского «модника». Неотъемлемыми чертами «модника», судя по официальному взгляду, были следующие черты: деградация в обществе из-за тлетворного влияния Запада; наличие вредных привычек (курение и алкоголь); неуважение к родителям, жизнь за их счет, при этом всяческое уклонение от работы и ответственности; неуважительное отношение к пожилым людям (молодежь не уступает место в общественном транспорте); «блат», вследствие чего «модники» без проблем поступали в институт и легко сдавали сессии.

Следуя позиции журнала, можно было прийти к мнению, что ценности «общества потребления» распространялись в первую очередь на часть молодежи, которая стремилась к обладанию модной одеждой западного происхождения, украшения-

ми и сопутствующими атрибутами западной жизни (магнитофон, автомобиль и др.). Эти сатирические стрелы частично достигали своей цели, формируя негативный образ «советского модника» в глазах значительной части населения. Однако в молодежной среде тяга к модной одежде, атрибутам западной жизни продолжала существовать, и это дало свой всплеск во второй половине 1980-х — начале 1990-х гг.

ОДЕЖДА И ОБУВЬ СОВЕТСКОГО ПРОИЗВОДСТВА

Говоря о втором тематическом блоке, который касается одежды и обуви советского производства и ее восприятия советскими гражданами, следует отметить и другое направление «критических стрел» журнала, отражавшее недочеты в реализации политики партии на повышение благосостояния народа, в том числе и в отношении одежды.

Так, за весь период 1964–1991 гг. главнейшим недочетом политики партии была проблема низкого уровня обслуживания (здесь имеются в виду услуги индивидуального пошива одежды, ремонта

обуви или одежды, химчистка, где, к примеру, костюм, который заказывает клиент у портного, всегда плохого качества и т. д.) — 23%, а также низкое

качество одежды — 17%, дефицит — 14%, низкое качество обуви — 11% и высокая стоимость вещей — 10% (рис. 17, 18).

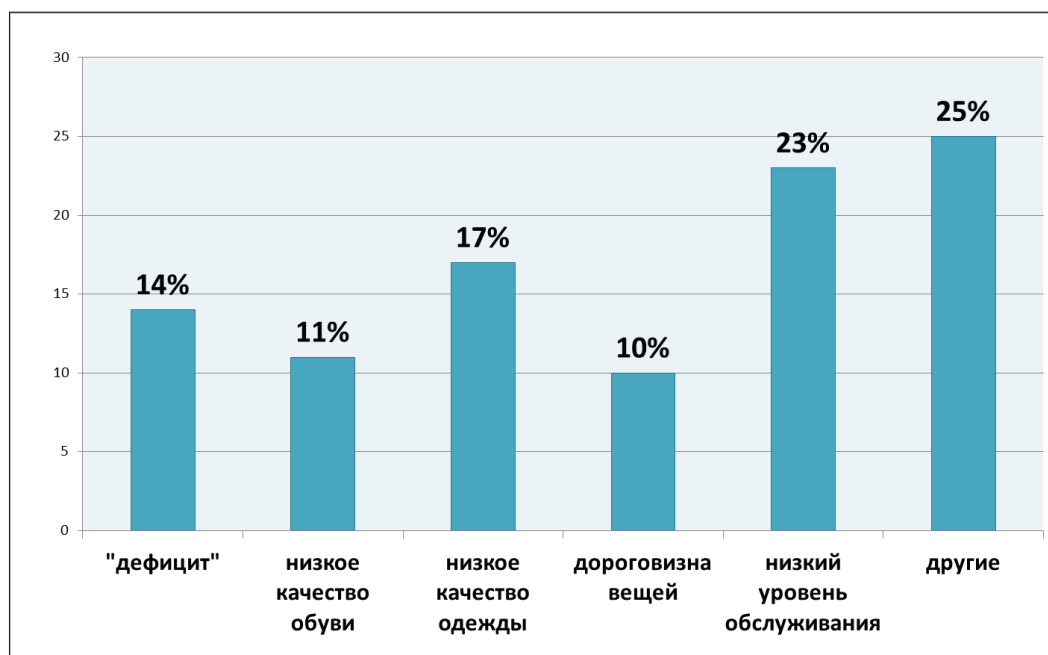


Рис. 17. Тематический блок 2. Проблематика (1964–1991 гг.)



Рис. 18. Тематический блок 2.
Проблематика «Низкий уровень обслуживания»

Отметим, что проблема низкого уровня обслуживания часто поднималась на страницах периодических изданий. В большинстве регионов отмечалось, что сеть пошивочных и ремонтных

мастерских в городах была совершенно недостаточна, сроки выполнения заказов длительны, качество работы низкое, а высокие цены часто устанавливались произвольно. Так, журнал «Вопросы

экономики» сообщал, что «стоимость пошива и реставрации одежды <...> продолжает оставаться высокой, иногда даже превышая розничную цену готового изделия в магазинах, а также плату, взимаемую за аналогичные услуги частными лицами. Например, в мастерской Велико-Бурлукского района Харьковской области стоимость пошива хлопчатобумажного костюма превышала 25 рублей, в то время как в магазине такой же костюм можно было купить за 17–18 рублей»⁶.

Пошив в государственных мастерских затягивался на длительные сроки, требовал множества примерок, и очень часто клиент получал испорченную вещь. К примеру, газета «Известия», ссылаясь на письмо одной из своих читательниц, сообщала: «В одном из московских ателье взялись ей сшить платье. И шили его три месяца. Шесть примерок выдержала самоотверженная заказчица! А когда убедилась, что платье испорчено, попросила вернуть деньги. Собралась, как водится, комиссия. «Комиссия — пишет нам читательница, — вместо того, чтобы разбираться в браке, начала критический разбор моей фигуры. Получилось так, что моя фигура не соответствует платью»⁷. Но раз фигура заказчицы не соответствовала сшитою платью, то ясно, что «виновата» сама заказчица.

По данным выборочного обследования, проведенного Центральным статистическим управлением (ЦСУ) СССР в 1964 г., ателье и мастерские бытового обслуживания до 40% швейных изделий шили не по индивидуальным заказам населения. В ателье отдельных областей и республик пошив не по заказам населения достигал даже более 80%. Во многих случаях ателье и мастерские бытового обслуживания шили одежду не только по индивидуальным заказам населения, но и выпускали швейные изделия массового потребления, т. е. занимались производством продукции (фартуки, трусы, ватные телогрейки и шаровары, простыни, наволочки и т. д.), которая по своему характеру была им не свойственна⁸. Вместе с тем ателье и мастерские бытового обслуживания не полностью обеспечивали население индивидуальным пошивом, сроки выполнения заказов населения были длительные, прием заказов от населения, особенно из материалов заказчика, ограничивался⁹.

Относительно проблем, связанных с низким качеством одежды и обуви, надо отметить, что довольно долго сфера легкой промышленности была в состоянии упадка, так как приоритет отдавался тяжелой промышленности. Со второй половины 50-х гг. XX в. мы можем наблюдать акцентирование власти на ускоренном развитии легкой промышленности. Так, в 1957 г. Н. С. Хрущев в своем докладе на юбилейной сессии Верховного Совета СССР отмечал: «Сейчас в тяжелой промышленности,

в машиностроении, в развитии науки и техники мы достигли такого рубежа, когда мы не в ущерб интересам укрепления обороны страны, дальнейшему развитию тяжелой индустрии и машиностроения можем более быстрыми темпами развивать легкую промышленность, в частности, производить больше обуви и тканей для населения с тем, чтобы в ближайшие 5–7 лет в достатке обеспечить потребность населения этими видами товаров»¹⁰.

Судя по архивным материалам, во второй половине XX в. было принято много постановлений по улучшению условий легкой промышленности, расширению ассортимента и повышению качества товаров культурно-бытового назначения. Например, Постановление о мерах улучшения бытового обслуживания населения (1959 г.), Постановление о дальнейшем подъеме текстильной промышленности (1959 г.), Постановление о мерах по улучшению качества и расширению ассортимента швейных изделий (1962 г.)¹¹ и др.

Однако, несмотря на принятые постановления, достигнутый уровень производства товаров не удовлетворял растущие потребности населения, особенно по качеству и ассортименту. Яркое тому подтверждение — большое количество карикатур, связанных с проблемами низкого качества одежды и обуви на протяжении 1960–1980-х гг. Кроме карикатур, журнал «Перець» содержал статьи с характерными названиями «Выставка ширпотреба», «Экскурсия не без морали», в которых карикатуристы в достаточно жесткой форме освещали «достижения» легкой промышленности с точным указанием фабрики, где были произведены бракованные вещи. Например, в статье «Экскурсия не без морали», описывая выставку, на которой экспонировались бракованные товары, П. Тимчук отмечал: «В этой комнате могли бы растеряться даже любители острых переживаний. Перед ней безнадежно бы спасовали легендарные комнаты ужаса. При одном воображении, что перекошенную рубашку Белоцерковской трикотажной фабрики может надеть человек, становится жутко. А от взгляда на мужской халат, сшитый Фастовским ремонтно-бытовым комбинатом, по коже бегают мурашки. <...> На удивление разнообразные женские шляпки фабрики головных уборов производственного объединения «Украина». Некоторые из них по форме напоминают сковородку или горшок с ручкой внутри, другие — Эйфелеву башню в миниатюре. Только женщины относятся к ним, как посетители исторического музея к старинным экспонатам: смотрят издали, но руками коснуться боятся. <...> Уголок «Обувь» — сплошная экзотика. Знаменитые слова Гамлета «и туфель еще не стоптала» были бы здесь неуместны, как пуговица на носу. Если бы королева надела продукцию, скажем, Бердичевско-

го обувного комбината или Черниговской обувной фабрики № 18, то уже через несколько дней вынуждена была бы шагать в ремонтную мастерскую. <...> Мы ходили по выставке в Киевском совнархозе, и нам было очень обидно. И за руководителей предприятий, которые стали экспонентами этой выставки, и за руководителей Киевского совнархоза, которые допустили, чтобы в их экономическом районе выпускали такие экспонаты»¹².

В партийных документах содержалось немало упреков на низкое развитие легкой промышленности, поэтому неудивительно значительное внимание карикатуристов к данной проблеме. Одной из основных причин считались серьезные недостатки в моделировании одежды. Так, при моделировании одежды не всегда учитывались особенности тканей и условия массового пошива одежды. В небольшом количестве создавались хорошие и удобные модели одежды для детей, юношей, для пожилых людей, спортивной и рабочей одежды. В ряде районов страны, которые имели развитую швейную промышленность, отсутствовали Дома моделей. Разработанные модели крайне медленно внедрялись в массовое производство. В швейной промышленности также медленно внедрялась новая техника и прогрессивная технология производства одежды, удельный вес ручной работы при пошиве швейных изделий оставался высоким¹³.

Серьезные недостатки были в торговле швейными изделиями. Во многих городах и селах торговля одеждой осуществлялась в небольших, плохо оборудованных магазинах, в которых нельзя было создать необходимый ассортимент пальто, костюмов, платьев, белья и других швейных изделий нужных размеров и ростов, желаемых цветов и фасонов. В ряде магазинов, которые торговали одеждой, отсутствовали кабины для примерки¹⁴. Кроме этого, министерства торговли союзных республик и Центросоюз слабо изучали спрос населения на одежду и не оказывали необходимого воздействия на швейную промышленность в увеличении производства и улучшении качества швейных изделий¹⁵.

Важным звеном в достижении качественной одежды было взаимодействие легкой и химической промышленности. По состоянию на 1964 г. химическая промышленность выпускала для легкой промышленности красителей около 85000 тонн в год, в том числе сернистых и прямых красителей, которые обладали недостаточной прочностью яркости, более 60 тыс. тонн, т. е. 75% (в США эти красители составляли 25% от общего выпуска).

Ярких и прочных красителей химической промышленностью практически не выпускалось. Красители для синтетических волокон выпускались в малом количестве. Например, в США выпускалось около 1500 различных марок красите-

лей, а в СССР — менее 50 марок¹⁶. Из-за слабого развития химической промышленности советская одежда в основном имела тусклый окрас, что обычно не привлекало покупателей, особенно молодых. Поэтому не удивляло внимание представителей молодого поколения к яркой одежде западного производства. В частности, Совет Министров СССР в 1964 г. отмечал, что текстильная промышленность хотя и проделала большую работу по расширению ассортимента и улучшению качества выпускаемых товаров народного потребления, но производство ряда изделий еще отставало от спроса на них; качество многих товаров, особенно их внешний вид, значительно уступало аналогичным изделиям, сделанным за рубежом¹⁷.

Если брать отдельно период «застоя», то помимо низкого уровня обслуживания (29%), плохого качества обуви (13%) и одежды (21%), в материалах журнала появляются такие категории, как воровство, проявлением которого были различные хитрости, на которые шли работники трикотажных и обувных фабрик, чтобы «вынести» что-нибудь из места работы (11%), и отставание советской моды от общих тенденций (к примеру, одежда, которая выпускается на фабриках для массового потребления, значительно отставала в новизне и качестве от той, которую выпускали Дома моделей) — 9% (см. рис. 19).

То, что проблема воровства была актуальной, свидетельствуют многочисленные обращения прокуратуры Украинской ССР в ЦК КПСС. Так, 11 апреля 1964 г. от генерального прокурора прокуратуры УССР Р. Руденко в ЦК КПСС поступило письмо, в котором он подробно рассказал о том, как удалось разоблачить несколько связанных между собой групп расхитителей социалистической собственности, которые орудовали в течение длительного времени на промышленных предприятиях бывшего управления местной промышленности Киевского горисполкома¹⁸.

На Киевской швейно-галантерейной фабрике преступная группа во главе с главным инженером этой фабрики М. И. Шером создавала излишки шелковых, капроновых и хлопчатобумажных тканей. Из них изготавливалась неучтенная продукция (шарфики, галстуки, ленты, скатерти и т. д.), которая затем реализовывалась через магазины города. Излишки тканей в основном формировались путем неоприходованных плюсовых допусков, имеющих в фабричных кусках при получении тканей от поставщиков, и использовании при производстве изделий бракованной ткани (мерного и весового лоскута), которая по документам списывалась в утиль. По данным документа, убытки государства были чрезвычайно большими. На Киевской швейно-галантерейной фабрике похищено готовой про-

дукции и тканей на 630 тыс. рублей (в новом масштабе цен). На Киевской кожно-галантерейной фабрике группой преступников, возглавляемой начальником цеха Беркович, похищено готовой продукции на 100 тыс. рублей. На трикотажно-галантерейной фабрике преступники Шор и другие

похитили материальные ценности на 67 тыс. рублей¹⁹. Интересно также то, что обычно главными расхитителями были начальники цеха, главные инженеры и т. д. Они систематически давали взятки должностным лицам за выдачу нарядов на сырье и сдачу готовой продукции для реализации.

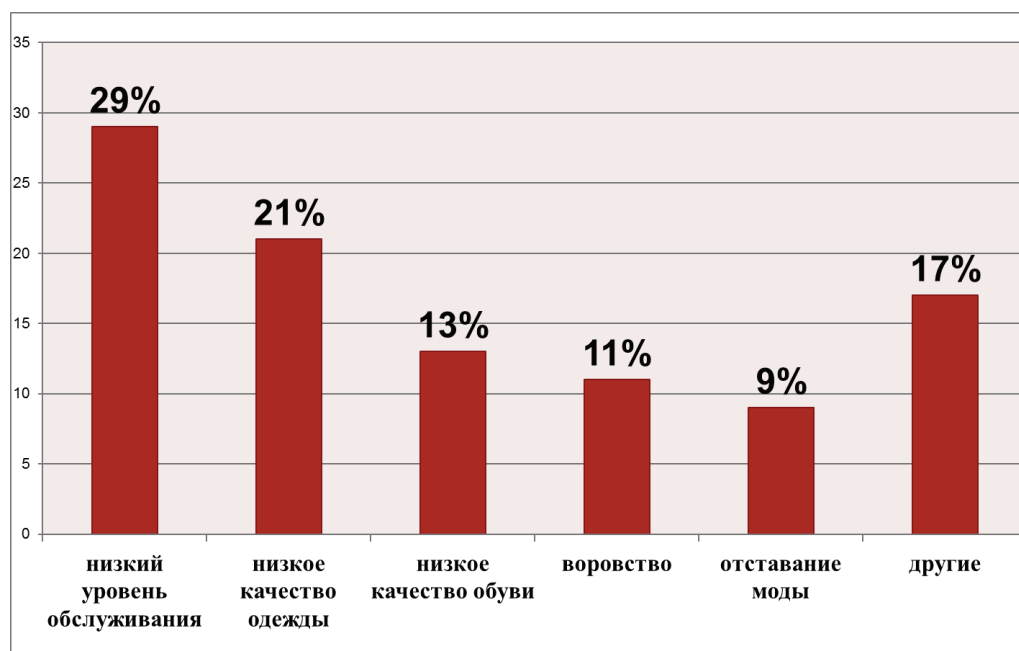


Рис. 19. Тематический блок 2. Проблематика (1964–1984 гг.)

Принятыми в ходе расследования мерами было обеспечение полного возмещения причиненного государству материального ущерба путем изъятия у преступников денег и ценностей. У расхитителей изъяли наличные, сберегательные книжки с вкладами и облигациями на сумму 540 тыс. рублей, 14 кг золота, монет царской чеканки на 17 тыс. рублей золотом, 12 легковых автомобилей и другого ценного имущества на 275 тыс. рублей. К примеру, только у организатора хищения Шера было изъято 114 тыс. рублей и на 6426 рублей золотых монет царской чеканки²⁰.

Следствием было установлено, что причинами, которые способствовали совершению хищений в особо крупных размерах, были неудовлетворительное состояние ревизионной работы на предприятиях местной промышленности, преступная связь некоторых должностных лиц контрольно-ревизионных органов с расхитителями и принятие за взятки бывшим руководством Госгорпрома на должности, связанные с материальной ответственностью, лиц, которые не вызывали доверия. На основании материалов расследования Совет Министров УССР по представлению прокуратуры принял постановление о мерах по усилению борьбы с разворовыванием народного добра²¹.

Относительно отставания советской моды от общих тенденций нужно отметить, что еще в 1964 г. главный художник Киевского Дома моделей А. Архипец подчеркивала: «Для массового производства наши модели неприемлемы. А на швейных фабриках моделирование ведется своими силами, но часто очень плохо, неквалифицированно. Разрыв между моделирующими организациями и промышленностью — основная беда нашей работы»²². Данное высказывание объясняет появление такой категории, как «отставание моды от общих тенденций» на страницах сатирического журнала «Перець» (см. рис. 20).

В частности, в письме к ЦК КПСС начальник Центрального статистического управления (ЦСУ) СССР В. Старовский отмечал причины отставания советской моды от общих тенденций²³. Указывая на то, что на 1964 г. швейные предприятия еще мало выпускали одежды по новым моделям и фасонам, а на отдельных предприятиях выпуск одежды по новым моделям был очень низок и колебался от 5 до 10% общего выпуска одежды, он отметил, что одна из основных причин связана с серьезными недостатками в моделировании одежды. Дома моделей в ряде случаев разрабатывали модели без учета возможностей швейной промышленности в полу-

чении новых видов ткани и фурнитуры. Также дома моделей с большим опозданием, против установленных сроков, выпускали техническую документацию по новым моделям и фасонам. Так, Донецкий дом моделей задерживал техническую документацию для Полтавской швейной фабрики на 4 месяца, а для Артемовской швейной фабрики — на два ме-

сяца. Такое положение с моделированием вынуждало швейные фабрики самостоятельно разрабатывать новые модели и фасоны исходя из наличия определенных видов тканей. Пошив одежды по моделям, которые разрабатывались фабриками, по отдельным видам одежды составлял от 35 до 67% от общего выпуска одежды по новым моделям²⁴.



Рис. 20. Тематический блок 2.
Проблематика «Отставание моды от общих тенденций»

В связи с тем, что предприятия швейной промышленности выпускали значительную часть одежды по старым моделям и фасонам, а также изделия с большими производственными дефектами, что снижало их качество, в торговой сети накапливались большие запасы неходовых швейных изделий. По отдельным видам одежды запасы в торговле были почти на год работы. В то же время швейные предприятия не полностью выполняли заказ торговых организаций на производство швейных изделий, которые пользовались повышенным спросом населения²⁵. Ярким примером залеживания неходовых швейных изделий на фабрике может служить карикатура, на которой изображен продавец и директор фабрики. В ходе разговора продавец отмечает: «За продукцию своей фабрики можете не волноваться. Ее не берет ни моль, ни время, ни покупатель» (см. рис. 21).

Одной из причин невыполнения швейной промышленностью заказов торговых организаций на швейные изделия в ассортименте было неудовлетворительное обеспечение швейных фабрик тканями, прикладными материалами и фурнитурой. Так, по данным выборочного исследования качества и ассортимента швейных изделий на предприятиях швейной промышленности по состоянию на 1964 г. отмечалось, что на шести крупных швейных фабриках и фирмах с 364 заказанных артикулов тканей только по 40 артикулам были поставлены ткани для этих фабрик в соответствии с заказом. По 116 артикулам заказ на ткани был удовлетворен лишь частично, по 66 артикулам были поставлены ткани в значительно больших объемах, чем их заказывали. Вместе с тем полностью было отказано швейным фабрикам в снабжении тканей 142 артикулов, а поставленные без заказов ткани составляли 184 артикулов²⁶.



Рис. 21. Тематический блок 2. Проблематика «Низкое качество одежды»

Период «перестройки» характерен прежде всего дефицитом (пустые прилавки, отсутствие каких-либо товаров) (29%), высокой стоимостью вещей (22%), а также наличием проблематик низкого уровня обслуживания (12%), одежды

(10%) и обуви (8%) плохого качества (рис. 22). Таким образом, можно отметить, что каждый исследуемый период характеризовался низким уровнем обслуживания, плохим качеством обуви и одежды.

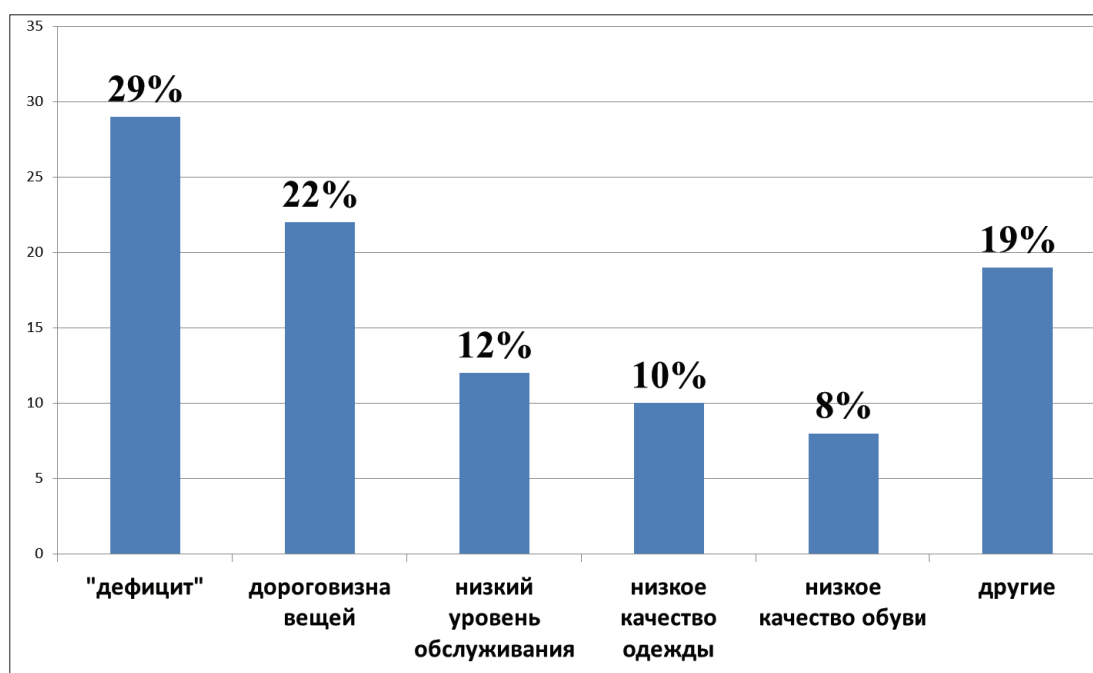


Рис. 22. Тематический блок 2. Проблематика (1985–1991 гг.)

* * *

Среди семантических образов за весь период преобладал образ продавца (портного) — 43% и клиента — 41%, присутствовал образ вора — 7%. В период «застоя», помимо уже указанного, можно отметить образ новой моды сезона (года), которая обычно изображалась в лице молодой девушки (6%) и образ фарцовщика — представителя теневой экономики (6%). В период «перестройки» наиболее ярко выражены только два образа — продавца (портного) — 46% и клиента — 39%.

Подводя итоги проведенного исследования, отметим, что сатирический журнал «Перець» можно рассматривать как источник, характеризующий «искривления» в реализации политики государства в области идеологии и установленных норм морали в повседневной жизни советских людей. Одно из направлений этой политики формировало негативное отношение к «советскому моднику». Создание базы данных по материалам карикатур и ее анализ позволили выявить основные объекты этой критики и ее эволюцию в течение последних 25 лет существования советской власти.

ПРИМЕЧАНИЯ

- ¹ Самойлов Л. С. Карикатура, карикатурист, читатель. Заметки художника-сатирика. М., 1981. С. 9.
- ² Там же. С. 11.
- ³ Ефимов Б. Е. Школьникам о карикатуре и карикатуристах. Книга для учащихся. М., 1976. С. 72–73.
- ⁴ Попова Ж. Г. Журнал «Крокодил», 1922–1937 гг.: количественные подходы к изучению советской официальной сатиры // История: Электронный научно-образовательный журнал. 2015. Т. 6. Вып. 8 (41) [Электронный ресурс]. URL: <http://history.jes.su/s207987840001261-6-1>.
- ⁵ Еремеева Е. А. Изучение советского юмористического дискурса с помощью технологий баз данных: на материалах журнала «Перець» и советских политических анекдотов // Историческая информатика: информационные технологии и математические методы в исторических исследованиях и образовании. Барнаул, 2013. С. 14–24.
- ⁶ Розе М., Хайфец С. О быстрейшем развитии и удешевлении бытового обслуживания // Вопросы экономики. 1962. № 7. С. 153.
- ⁷ Цит. по: Васильев А. Русская мода. 150 лет в фотографиях. М., 2004. С. 327.
- ⁸ Письмо в ЦК КПСС 11 апреля 1964 г. прокуратуры Украинской ССР (от генерального прокурора Р. Руденко) // Российский государственный архив новейшей истории (РГАНИ). Ф. 5. Оп. 43. Д. 113. Л. 53.
- ⁹ Там же. Л. 54.
- ¹⁰ Письмо Н. С. Хрущеву (1958 г.) // РГАНИ. Ф. 5. Оп. 43. Д. 55. Л. 13.
- ¹¹ Письмо в ЦК КПСС 5 августа 1959 года от секретаря Одесского обкома КП Украины А. Чернявского // РГАНИ. Ф. 5. Оп. 43. Д. 73. Л. 8–10; Письмо в ЦК КПСС 11 апреля 1964 г. прокуратуры Украинской ССР (от генерального прокурора Р. Руденко) // РГАНИ. Ф. 5. Оп. 43. Д. 113. Л. 53–58.
- ¹² Тимчук П. Екскурсія не без моралі // Перець. 1965. № 5. С. 4.
- ¹³ Проект постановления «О мерах по улучшению работы швейной промышленности и торговой одежды» 1959 г. // РГАНИ. Ф. 5. Оп. 43. Д. 69. Л. 78–79.
- ¹⁴ Там же. Л. 78–79.
- ¹⁵ Там же. Л. 80.
- ¹⁶ Письмо секретарю ЦК КПСС Н. В. Подгорному от Н. Тарасова, А. Асташева, Ф. Холостова, В. Лебедева, Г. Уварова, А. Домитеева, С. Трифонова, Н. Рюмина, М. Медведева, Н. Золотарева // РГАНИ. Ф. 5. Оп. 43. Д. 105. Л. 8.
- ¹⁷ Там же. Л. 18.
- ¹⁸ Письмо в ЦК КПСС 11 апреля 1964 г. прокуратуры Украинской ССР (от генерального прокурора Р. Руденко) // РГАНИ. Ф. 5. Оп. 43. Д. 113. Л. 50–51.
- ¹⁹ Там же. Л. 50.
- ²⁰ Там же. Л. 50.
- ²¹ Там же. Л. 51.
- ²² Цит. по: Крамаренко Л. Об искусстве одежды // Декоративное искусство СССР. 1964. № 5. С. 17.
- ²³ Письмо в ЦК КПСС 11 апреля 1964 г. прокуратуры Украинской ССР (от генерального прокурора Р. Руденко) // РГАНИ. Ф. 5. Оп. 43. Д. 113. Л. 53–58.
- ²⁴ Там же. Л. 55.
- ²⁵ Там же. Л. 57.
- ²⁶ Письмо в ЦК КПСС 11 апреля 1964 г. прокуратуры Украинской ССР (от генерального прокурора Р. Руденко) // РГАНИ. Ф. 5. Оп. 43. Д. 113. Л. 57.