

## ДОМА МОДЕЛЕЙ В БАРНАУЛЕ

С. Гаан, О. П. Попова

Возникновение домов моделей в Барнауле тесно связано с экономическими и социально-политическими событиями в стране. В послевоенное время возникла острая необходимость накормить и одеть страну. По решению XI съезда партии важно было возродить отечественную легкую промышленность. Это явилось мощным стимулом строительства новых и переоборудования крупных швейных фабрик с военной на гражданскую специфику. Силы и средства государства были брошены на налаживание массового фабричного производства одежды по образцам. Бесперебойная работа фабрик требовала внедрения новых, модных моделей одежды, необходимых стране. Для разработки нового ассортимента требовался точный прогноз - планирование и новая, технологически отработанная документация, по которой фабрики могли бы внедрять новые модели одежды в производство. Внедрение всего нового в стране, как и во многих других отраслях, распространялось централизованно. Модные направления для всей страны задавал Всесоюзный институт ассортимента легкой промышленности (ВИАЛЕГПРОМ). Система государственных ателье индивидуального пошива, созданная в середине 1930-х гг. возрождалась медленно. Одним из важнейших способов производства одежды для населения в стране способа производства одежды стал – фабричный пошив, хотя многие пользовались пошивом одежды в ателье и «самопошивом». Государственные швейные фабрики, занимались массовым или серийным выпуском одежды, которая затем продавалась в магазинах.

В шестидесятые годы промышленность стала активно развиваться и приобретать громадные масштабы.

Стремиться быть модно и красиво одетым – это нормально и позитивно. Задания по изготовлению «особо модной продукции» включались специальной строкой в планово-отчетные показатели развития экономики. На 12-ю пятилетку (1985 - 1990 гг.) была поставлена задача утроить производство особо модных изделий. Основное внимание государства переключено на пропаганду моды, хорошего вкуса и высоких эстетических стандартов у советских граждан.

В истории Барнаула существовало два

дома моделей. Один занимался разработкой конструктивных основ и лекал для внедрения моделей в производство на фабриках Алтайского края.

А развитием и внедрением моды в массы в крае занимался Алтайский дом моделей легкой промышленности, который был создан в 1959 году. Он также занимался внедрением моды, но только работал он со швейными фабриками городов края, иногда и соседних регионов. С 1962 по 1986 годы художественное руководство находилось в руках Сталины Малышевой. Под ее руководством осуществлялось формирование модных коллекций для фабрик. Ежегодно дом моделей разрабатывал две промышленные коллекции. Во время художественных советов, руководители фабрик проводили отбор моделей, которые они могли внедрить в производство. Основными критериями отбора было – чистота и легкость технологической обработки, возможность изготовления реализации большими партиями. Чтобы точнее представить масштабы производства достаточно привести пример: на Барнаульской швейной фабрике «Авангард» в одну только смену работало 1500 человек. Изделия изготавливали на конвейере. На Бийской швейной фабрике каждые 15 минут выходило готовое легкое платье. Изделия выпускались миллионными партиями.

Одной из главных задач дома моды легкой промышленности было - внедрение модных тенденций в массы. По всему краю проводились показы направляющих коллекций моделей одежды не только в городах (Бийск, Алейск, Горно-Алтайск, Змеиногорск, Славгород), но и в сельских домах культуры. В столице края Барнауле показами моделей одежды сопровождалась крупные культурные мероприятия, проходившие в театрах, дворцах культуры и даже на открытых площадках. В последние годы социалистического периода пропаганда моды, по указаниям сверху, все ниже «опускалась» в народ, и показы модной одежды зачастую демонстрировались в ресторанах. Это, возможно, положило начало новых тенденций в развитии шоу бизнеса, вызванных социальной необходимостью.

Алтайские дома моделей имели хороший статус в стране постоянно сотрудники – модельеры и конструкторы регулярно повы-

шали свою квалификацию в общесоюзном доме моделей в Москве, участвовали в конкурсных показах союзного масштаба. Это, несомненно, давало хороший стимул в дальнейшей работе. Часто создавались коллекции модной одежды, посвященные определенным событиям в стране. Самыми важными мероприятиями, проводимыми домами моды были, конечно, обучающие семинары для работников ателье Алтайского края, курсы портных, закройщиков, художников - консультантов ателье и, конечно, показ направляющей коллекции модных моделей. Эти мероприятия имели очень большие масштабы и, в некотором смысле, имели ажиотажный характер. Залы, где устраивали подиум, наполнялись до отказа, попасть туда без «связей» было трудно. Это, говорит о том, что люди испытывали голод от недостатка информации о моде.

Производство модной одежды превращалось в один из важнейших факторов удовлетворения потребностей населения. Государство столкнулось с неожиданной проблемой: граждане отказывались покупать немодные вещи, это вело к их затовариванию и гигантским убыткам. Власть уже в 1970-е годы, понимая необходимость перемен в организации производства модной одежды, из последних сил цеплялась за идеологические стереотипы. Наиболее важным явилось признание того, что в СССР «обновление одежды стало эстетической потребностью человека». То есть, во-первых, носить одежду не обязательно до ее полного износа, и, во-вторых, соображения эстетики признавались теперь выше остальных потребительских свойств вещи (добротность, практичность и проч.). К середине 1980-х годов советской промышленности удалось завалить прилавки магазинов вполне добротной одеждой массового фабричного производства, однако она по большей части не находила сбыта. Эти вещи не соответствовали мировым стандартам качества и моды, на которые уже ориентировался взыскательный советский потребитель. Для повышения качества изделий была введена «система бездефектного труда», которая не смогла в полной мере оправдать ожидания.

Созданная в послевоенном СССР система разработки и производства одежды с учетом тенденций «советской моды» не просто не оправдала себя, о чем специалисты предупреждали уже в начале 1970-х годов, предлагая конкретные (но так и не реализованные) меры по реформированию модной

отрасли. В 1980-е гг. она превратилась в важный фактор разочарования граждан СССР в созидательных способностях социализма, а также в одного из «могильщиков» советской экономики. Из-за массового затоваривания неудовлетворенный спрос населения на изделия легкой промышленности достиг к 1988 г. астрономической цифры в 8 млрд. руб. По подсчетам специалистов, 87 % имевшихся к этому времени в стране (в магазинах и на складах) товаров отечественного «легпрома» являлись неходововыми, залежалыми или вышедшими из моды. А промышленность продолжала гнать вал. С новыми перспективными моделями одежды, разработанными советскими дизайнерами, при внедрении на поток происходили странные метаморфозы.

Термин «особо модная продукция» стал мелькать в печати и на страницах партийных документов. Но, по официальным данным ЦСУ СССР, к 1985 году доля «особо модной продукции» в общем объеме производимой в стране одежды составляла лишь 1,8 %.

Открытая советская торговля представляла собой нечто совершенно удручающее – как по сервису, так и по ассортименту товаров, а вернее – по их полному отсутствию. Понятием, вполне определяющим состояние торговли того времени, было понятие «дефицит». Если в магазине появлялся какой-то товар, представляющий интерес, никто не говорил про него «продается», это называлось «выкинули» или «выбросили» - за любой мало-мальски стоящей вещью молниеносно выстраивалась очередь, и вещь скупалась в считанные часы.

В Барнауле и других городах Алтайского края магазины с одеждой были переполнены однообразным, «серым», не модным товаром. Кроме того, стали появляться магазины уцененных товаров, где за 50 копеек можно было купить никому не нужный товар – вещи, не пользующиеся спросом, «морально» устаревшие. Бытовое обслуживание также не осталось в стороне, ответив на это специализированными ателье по обновлению одежды. Морально устаревшие вещи или слегка поношенные можно было принести в ателье на переделку.

В постсоветской России наблюдается небывалый в отечественной, да и, кажется, в мировой истории всплеск интереса к моде. В значительной степени это была естественная реакция общества на освобождение от идеологических оков и строгих морально-ценностных норм времен СССР. Все стало

## ДОМА МОДЕЛЕЙ В БАРНАУЛЕ

можно и доступно, все теперь имеет свою цену. Модные бутики и салоны, модельные дома, выставки и дефиле, обилие специализированных модных журналов и статей о моде, активная реклама модной продукции, популярность модельеров и толпы девушек, мечтающих стать «модельями».

С открытием границ и развитием рыночных отношений в стране, и в Барнауле в частности, произошёл кризис в развитии швейной отрасли. Рынок заполнили вещи иностранного производства, чаще всего из Китая и Турции. Появились крупные торговые компании, специализирующиеся на продаже одежды знаменитых торговых марок. В создавшихся неблагоприятных социальных и экономических условиях многие фабрики не могли выпускать продукцию, способную конкурировать с известными брендами, чаще из-за низкого качества, обеспечить которое невозможно было только при современной технологической обработке изделий. Основной экономической политике фабрик стало качество товаров. Многие фабрики не могли обеспечить современное качество изделий, так как оснащение фабрик зачастую обновлялось лишь в 50-е годы. В результате, сократились масштабы производства. Магазины переходили в частные руки, государственные магазины закрывались. В Барнауле и по всей стране стали открываться «бутики» одежды иностранного производства. Владельцы магазинов отказывались покупать для распродажи населению одежды барнаульских фабрик. Швейные фабрики для выживания в создавшихся условиях, продавали часть оборудования, сдавали помещения в аренду, сокращали время работы цехов, да и самих рабочих. В результате от швейной фабрики «Авангард» осталась лишь маленькая лаборатория и несколько цехов, которые в настоящее время выживают лишь, выполняя заказы оборонной промышленности на изготовление одежды для армии.

Дома моделей стали менять направление своей деятельности. Крупные фабрики резко сократили покупку новых разработок дома моделей. Многие фабрики с целью экономии средств, стали сами заниматься созданием новых образцов одежды для внедре-

ния в производство. Для сохранения статуса, как пропагандирующего моду предприятия, Барнаульский дом моделей в малых объёмах всё же занимался моделированием и разработкой новых направлений в моде. Но, пожалуй, главной задачей его стало – разработка и производство мелких партий одежды, которые могли поступать в продажу через магазины города, в частности, через свой собственный магазин Алтайского дома моделей легкой промышленности. Это помогало сотрудникам дома моделей «быть на гребне волны» – знать ассортимент изделий, пользующийся спросом. Это позволило более рационально планировать производство.

Современные дома моделей в Барнауле представляют собой многоэтажные здания, в которых от домов моделей в прежнем представлении осталась лишь малая часть. Основную часть здания занимают различные конторы – офисы в арендуемых помещениях бывших домов моделей. Понятно, что потребность выглядеть красиво у жителей города была всегда. И сегодня, когда в стране не существует информационного голода в моде, удовлетворение потребностей населения в красоте выражается в том, что в Барнауле, как в стране в целом, открыты в большом количестве салоны красоты, студии загара, массажные кабинеты, фитнес клубы, школы дефиле, парикмахерские, тату салоны, косметические кабинеты, студии коррекции фигуры. Возникает потребность в объединении подобных малых предприятий в крупный комплекс, который может выполнять ту же основную задачу - удовлетворение потребностей населения в моде и совершенствовании внешнего облика. Эту задачу может выполнять сегодня дом моделей легкой промышленности. Предлагается создать на базе этого предприятия комплекс, включающий: ателье, пошивочный цех, магазин продажи швейных изделий, школу дефиле, салон красоты с парикмахерской, косметическим кабинетом и маникюрным залом. Основная задача его - возродить в современном Барнауле индустрию моды. Комплекс предлагается назвать «Феникс» по названию птицы, возрождающейся из пепла.