

**Ася Аладжапова —**

канд. наук в области искусства  
и дизайна, историк моды,  
коллекционер винтажной одежды.  
asia.aladjalova@gmail.com

# Роль КОММЕНТАРИЯ В ФОРМИРОВАНИИ ОБРАЗА МОДЫ В СОВЕТСКОМ ФИЛЬМЕ-ДЕФИЛЕ

## **Аннотация**

Во второй половине XX века в Советском Союзе сложился свой официальный модный дискурс. Несмотря на то что модные тренды проникали в гардеробы советских женщин, пусть и с некоторым опозданием, советская система моды намного сильнее отличалась от западной — особенно на описательном уровне. Основные понятия, на которых строился дискурс, использовались для формирования не только образа моды, но и взгляда советского читателя на нее. Комментарий к модному показу также строился на основных понятиях этого дискурса.

Советский модный фильм представляет собой продукт монтажа и комментирования, в некоторых случаях переозначающих визуальный ряд. Западные модные тренды, позы иностранных манекенщиц и их манера демонстрации получали критическое или одобрительное описание закадрового голоса. Монтаж позволял соблюдать дипломатию и не критиковать словом те или иные

моменты, склеивая кадры показа с крупными планами лиц зрителей. В результате советский зритель получал продукт с инструкцией, в которой указывалось, что хорошо, а что плохо. Иностранная мода таким образом доходила до советского зрителя в отцензурированном виде.

**Ключевые слова:** советская мода; модный показ; позирование; модный дискурс; тексты моды; модный фильм; история моды; цензура в моде.

## Введение

В 1968 году киностудия «Центрнаучфильм» по заказу Министерства легкой промышленности СССР выпустила фильм «Моды встречаются в Москве», повествующий о Международной выставке одежды и швейной промышленности, проходившей в Сокольниках, и о проходившем в те же дни во дворце спорта «Лужники» Международном фестивале мод. Оба события относятся к осени 1967 года. Фильм документальный: все съемки сделаны в режиме реального времени, но это не означает отсутствие цензуры и в конечном счете формирования у зрителей определенного мнения о представленных моделях одежды. Фрагменты модных показов в фильме комментирует закадровый голос, а монтаж выстроен так, чтобы представить доказательства его словам. Таким образом, официальный модный дискурс получает контроль над, казалось бы, такой неподвластной ему сферой, как западные модные тенденции, столь интересовавшие жителей Советского Союза в конце 1960-х годов.

Фильм действительно содержит фрагменты показов западно-европейских и американских коллекций, дает возможность рассмотреть отдельные костюмы и приобщиться к необычной манере позирования иностранных манекенщиц, но при этом слух зрителей воспринимает комментарии к происходящему, составленные советскими искусствоведами — не без обязательных для того времени выпадов в адрес манекенщиц или особенностей кроя. Консультантом в этом фильме, судя по титрам, выступила Ирэн Андреева — она работала искусствоведом во Всесоюзном институте ассортимента изделий легкой промышленности и культуры одежды (ВИАлегпром) и Общественном доме моделей одежды (ОДМО), а в 2009 году выпустила книгу, в которой подробно рассказала об особенностях своей работы и том давлении, которое оказывали на нее в советские годы. Поэтому нам кажется важным упомянуть, что, скорее всего, далеко не вся критика в адрес

западно-европейских показов, прозвучавшая в фильме, действительно исходила от консультантов и искусствоведов, привлеченных к работе над ним; какие-то ремарки могли быть вставлены для того, чтобы фильм прошел цензуру и все-таки дошел до зрителя.

Мы считаем важным рассмотреть жанр комментария к модному показу, определить его место среди инструментов формирования образа моды позднесоветского периода. В связи с этим мы считаем важным сперва обратиться к двум таким областям, как история собственно модного показа в Советском Союзе и методология описания моды в дидактической литературе 1960-х годов. Комментарий к модному показу, по нашим представлениям, находится на стыке этих двух областей.

## От ажиотажа у витрин «Ателье мод» до общедоступных открытых показов

Демонстрация мод на живых манекенах как метод активно использовалась еще в середине XIX века. Известно, что Мари, будущая супруга Чарльза Фредерика Ворта, в юности работала «девушкой при магазине», и в ее обязанности входила примерка шалей и пальто в присутствии клиенток (Ворт 2013: 32). Когда Ворт основал собственный дом, Мари стала живой рекламой всех модных новинок, которые изобретал ее супруг: она появлялась на балах и ипподромах в платьях и шляпках, за которыми уже наутро выстраивалась очередь в салоне. Однако их сын, Жан Филипп Ворт, составивший подробные мемуары о семейном деле, не упоминает регулярные и организованные модные показы.

Модный показ как формат появился в 1900-х годах в специализированных магазинах Великобритании, Франции и США, где подобные «модные шоу» практиковались в качестве благотворительных мероприятий (Эванс 2007: 9). Помимо рутинной работы «девушек при магазине» и модного амбассадорства (так можно охарактеризовать деятельность Мари Ворт), еще одним предшественником модного показа был лондонский «театр моды» — жанр музыкальной комедии, во время которой примадонны демонстрировали туалеты от знаменитых кутюрье (там же: 13).

Первый описанный в исследовательской литературе советский показ мод напоминал как раз такой концерт. Ольга Кашенко (в девичестве Сеничева, директриса «Ателье мод», созданного на базе треста «Москвошвей») более полувека спустя так описывала имевший место в 1922 году первый показ мод вверенного ей заведения: «Заиграл оркестр под управлением популярного в то время дирижера Ф. Криша.

На сцену выходят известные актрисы в созданных в Ателье мод туалетах. Среди них солистка Большого театра А. Тихонова, артистки театра оперетты К. Новикова, Р. Лазарева, эстрадные танцовщицы и др. Показ мод превратился в своеобразный концерт... В сценках-миниатюрах участвовали штатные манекенщицы» (Кащенко, Козлова 1986: 42). По воспоминаниям Кащенко, любая форма демонстрации мод в 1922–1923 годах пользовалась успехом. Даже застывшие в неподвижных позах манекенщицы в витринах «Ателье мод» вызывали столпотворение на Петровке и прилегающих улицах. А формат концерта-показа стал привычным маркетинговым инструментом ателье.

Кащенко поименно перечисляет нескольких артисток, принимавших участие в показах мод, и, скорее всего, сотрудничество между ними и «Ателье мод» не ограничивалось лишь этим. В журнале «Ателье», изданном той же организацией, в объявлении, рекламирующем ее услуги, значатся некие «льготные условия для артисток» и упомянуты платья «для постановок кино и театров» (Ателье 1923). Можно заключить, что артистки могли получать в «Ателье мод» скидки на изготовление сценических костюмов в обмен на лояльность или исполнение роли амбассадора бренда.

К сожалению, мы не знаем, как именно строилась хореография этого показа: появлялись ли манекенщицы по одной или парами, насколько широкими были траектории их перемещений, включали ли они развороты; как именно демонстрировали платья певицы и эстрадные танцовщицы. Известно, что в 1922–1923 годах «Ателье мод» выпускало кинохронику, как впоследствии писала Кащенко, для «более широкой информации о культуре одежды» (Кащенко, Козлова 1986: 45). По ее словам, в те годы далеко не все люди понимали, что красивый и удобный костюм служит для формирования нового облика трудящегося человека, а не является атрибутом мещанства или контрреволюции. Именно этими целями она объясняет обилие рекламных ходов, к которым прибегало «Ателье мод». Кинохроника сохранилась, отдельные ее фрагменты можно увидеть в сюжете «Моды Нового Времени/Запечатленное время» (2012). Для кинохроники позировала артистка А. В. Нежданова (там же: 44), а в кадр попали, в частности, известные модели, спроектированные в «Ателье мод» и фигурирующие в созданном при нем журнале. Манера демонстрации одежды в этой кинохронике строится на отсутствии контакта между манекенщицей и зрителем. В кадре мы видим женщину, которая играет мизансцену: она может появляться из-за портьеры, выходить из примерочной, подниматься из кресла и подробно рассматривать свое отражение в зеркале, поворачиваясь к нему то одной, то другой стороной; может изображать

кокетство, прикрывая лицо веером и плотнее запахивая манто, а потом уходить из кадра, как бы игнорируя камеру. Забавно, что в некоторых мизансценах в отражении в зеркале мы видим и оператора: был ли этот прием заранее придуман или получился случайно, неизвестно, но он дает нам понять, как именно проходила съемка кинохроники, как располагались относительно друг друга манекенщица и оператор, на каком удалении друг от друга работали и как оператор воспринимал эту ситуацию. Судя по небольшому расстоянию, контакт между манекенщицей и оператором, скорее всего, был, и зрительный тоже — но зритель исключен из этой коммуникации. Эта кинохроника не содержит никакого комментария к представленным моделям, кроме основной информации: названия и адреса ателье, а также наименования моделей, типа «летний костюм». Представленные в кинохронике модели выглядят достаточно нарядными и дорогими, а манера манекенщиц ускользать от прямого контакта со зрителем скорее создает гламурный образ недостижимости, чем работает на формирование нового образа советского трудящегося человека. Во фрагментах кинохроники отсутствует нарочитая дидактика: как, с чем и куда носить представленные модели. Судя по всему, ее основной аудиторией был узкий круг элиты, представительницы которой не нуждались в пояснениях и обладали знаниями в области вестиментарного этикета.

Известно, что деятельность «Ателье мод» вызывала критику. Кащенко упоминает бесконечные споры между организаторами и художниками Экстер и Мухиной, тяготевшими к «левому искусству»; а также о том, что перед ателье ставили задачи в области изучения вкусов нового потребителя, разработки одежды для воспитанников детских домов и заводских работниц (там же: 41), что плохо сочеталось с имиджем фактически кутюрного дома, который создавали ему рекламные кампании.

В адресной книге за 1925 год «Ателье мод» на Петровке, 12, фигурирует в последний раз; в 1926 году одноименное заведение значится уже по другому адресу (в здании одной из фабрик треста «Москвошвей»), а с 1927 года более не упоминается в адресных книгах в составе треста. По совокупности фактов мы заключаем, что тенденции, намеченные «Ателье мод», не совпадали с устремлениями Министерства легкой промышленности, ориентированными на образовательные и утилитарные цели.

Фактически те же задачи — обеспечивать широкие массы ассортиментом одежды и вести образовательную работу — возлагались впоследствии на все прочие моделирующие организации советского периода. Несмотря на разницу в целеполагании, инструменты модной

демонстрации советских учреждений второй половины XX века совпадали с теми, которые использовались в то время в мире «буржуазной» моды, рассчитанной на выпуск единичных предметов для обеспеченного меньшинства: живые показы были главным зрелищем в обеих системах.

Манекенщицы модных домов Парижа и Лондона в 1950-х годах имели разную манеру демонстрации, свою походку и осанку; сами показы часто проходили в тишине, нарушаемой лишь объявлением номера модели. Карточки с номерами манекенщицы удерживали в руках, двигались мелкими шагами скользящей походкой, повороты выполняли осторожно и величественно удалялись. В одних случаях показ мог проходить в специально оборудованном пространстве; в других манекенщицы передвигались прямо между креслами. После показа зрительницы могли попросить еще раз представить понравившиеся модели или прийти в салон в другой день для оформления заказа. В этих случаях манекенщицы демонстрировали платья приватно (Эванс 2007: 34–35). Особенности советской системы, включающей подобные коммерческие сделки и ориентированной на образовательные функции, внесли свои корректировки и в манеру демонстрации, и в сценарий показа.

В послевоенные годы и в период оттепели показы мод на живых манекенщицах московских моделирующих организаций — особенно ОДМО и Отдела мод ГУМа — пользовались высоким спросом. Если в середине 1950-х годов дефиле в демонстрационном зале ГУМа проводились лишь один раз в день, то в 1958 году количество показов было увеличено до двух или трех раз, в зависимости от дня недели. Таким образом, ежедневно через зал проходило около тысячи зрителей (Журавлев 2009: 162). Партийные руководители разных уровней подчеркивали утилитарную функцию модного показа: он должен был информировать потребителей о новинках моды и повышать культурный уровень аудитории. Пространство дефиле предполагалось как место встречи художника-модельера с потребителем: чтобы ему не витать в облаках, а основываясь на обратной связи от зрителей, проектировать удобные в изготовлении и использовании практичные модели (там же: 159).

И тем не менее это зрелище сохраняло черты досуга, особенно в демонстрационном зале ГУМа, находившемся в подчинении Министерства торговли: показы там проходили под живую музыку, а богатое убранство стен и потолка сохранилось еще с дореволюционных времен. Конкурирующие с ним ОДМО и ВИАлегпром относились к Министерству легкой промышленности, там ключевую

роль в сопровождении дефиле играл комментарий искусствоведа, составленный строго по форме и с использованием профессиональной лексики. Ирэн Андреева вспоминает, что после первого своего показа получила массу замечаний: «Оказалось, что надо говорить не „фасон“, а „модель“. Фасон выбирают из модного журнала. Не „подол“, а „низ“ модели. Не „шов“, а „линия стачивания“! <...> Показ прошел под аплодисменты, ведь публика тоже не знала, что нельзя говорить „фасон“ и „подол“» (Андреева 2009: 236).

Работавшая в ОДМО в должности искусствоведа Алла Щипакина пишет, что формат живого показа появился там в 1945 году и служил целям пропаганды деятельности учреждения. Показы были открытыми для населения и тоже сопровождались комментариями искусствоведа с пояснениями модных тенденций. Это вполне соответствует главной цели работы ОДМО, которая обозначалась как «формирование общественно-художественной культуры и развитие современного советского человека» (Щипакина 2009: 34–35). Такая идеологическая нагрузка, возложенная на моду в целом и на публичные мероприятия советских моделирующих организаций в частности, объясняется их задачами. ОДМО и ВИАлегпром создавали образцы, которые, после прохождения худсовета, становились эталонами, то есть швейные предприятия могли начать их выпуск. Продажа самих образцов строго запрещалась (Андреева 2009: 231, 233). Одной из задач Отдела мод ГУМа было установление связей со швейными фабриками для изготовления моделей малыми сериями (Журавлев 2009: 159).

Невозможность приобретения готового изделия, продемонстрированного на подиуме, отчасти компенсировалась доступностью буклетов с изображениями и выкройками моделей, продававшихся в киосках как ОДМО, так и ГУМа. Но для самостоятельного пошива требовались либо навыки ручного труда, либо навыки социальные, заключающиеся в умении найти хорошую профессиональную портниху. Как резюмирует Лариса Захарова, в советском контексте невозможно говорить о моде в отрыве от политики: государственный аппарат стремился к полной регламентации повседневности, экономика манипулировала материальными потребностями населения, а мыслители и авторы текстов подкрепляли риторику теорией социалистического потребления (Захарова 2007: 56).

Советская мода, таким образом, позиционировалась не как легкое и доступное развлечение, а как определенный интеллектуальный и физический труд. Одеться хорошо, со вкусом и по умеренной цене было сложно и требовало вложения сил, времени и средств. Это была сложная задача, а следовательно, ее нужно было объяснить,

и объяснения должны были исходить от профессионалов, занятых в отрасли. В середине 1930-х годов при тресте «Москвошвей» функционировал демонстрационный зал, где можно было получить консультацию касательно последних модных тенденций (Фасоны 1936: 3); в ОДМО в послевоенные и оттепельные годы функционировали выставки последних моделей, где также можно было получить консультацию у дежурного художника-модельера (Щипакина 2009: 35).

Моду поясняли в печатных изданиях, описывали ее устно, в той или иной мере ставя в зависимость от слова. Ярче всего эта тенденция к текстовому описанию моды проявилась в период с конца 1950-х годов и далее, практически до конца 1980-х годов. В 1950-х и первой половине 1960-х годов текст и объяснял, и восполнял пробелы, оставленные визуальным содержанием: качество фотографий оставляло желать лучшего, иллюстрации не отображали реальную посадку на теле. Описательные функции снижались по мере роста качества иллюстративного материала, но дидактические функции советского модного текста сохранялись до конца.

## Роль слова в советской моде

Феномен языка моды оформился благодаря массовому распространению модных журналов. Попав в сферу письменной коммуникации, мода становится самостоятельным культурным объектом, обладающим своими целями. Ее социальные функции заменяются или дополняются другими, аналогичными функциям всей литературы. Барт разделяет реальную одежду, одежду-образ и одежду-описание, где последняя идет значительно дальше семантических возможностей реальной одежды. Благодаря языку мода открывается во внешний мир, благодаря риторике мир присутствует в моде как идеология (Барт 2019: 259–260). Язык моды, язык дидактических и новостных модных текстов второй половины XX века, сам по себе обладает жесткостью формулировок, его тон может быть репрессивным. Но в западных модных текстах этого периода решающую роль играют эстетические критерии, в то время как в советском модном дискурсе преобладают идеологические (Вайнштейн 2007: 105). В период оттепели большую популярность получили издания, обучающие читательниц основам кройки, шитья, переделки одежды. Если в послевоенные годы подобные книги содержали исключительно техническую информацию, то со временем вводные разделы, посвященные типам фигур, цветовой гармонии, возрастным особенностям одежды и советам по

вестиментарному этикету, значительно увеличились. Эти главы могли занимать десятки страниц, а отдельные советы по этикету могли располагаться и в середине книги рядом с рекомендациями по пошиву того или иного предмета одежды.

Изучив около десятка дидактических изданий, посвященных кройке и шитью, а также ряд статей по одежному этикету в модных журналах, мы выявили девять модных понятий, легших в основу официальных модных нарративов. Первые три относятся непосредственно к формальным характеристикам одежды, то есть характеризуют материальные предметы. Это 1) простота формы, 2) материальная доступность и 3) физическая практичность одежды. Далее следуют пять понятий, связанных с личными качествами носителя: это 4) хороший вкус как приобретаемое качество, навык определения 5) функциональной и 6) типологической уместности костюма, 7) его удобства, а также 8) способность к рациональному составлению гардероба. Замыкает перечень 9) легитимизация моды, которая суть буржуазная практика, через категорию труда (Размахнина 2026: 65). Эти понятия фактически формируют структуру официального советского модного нарратива, который в свою очередь держится на этих понятиях. Опираясь на мнение Ирэн Андреевой о том, что в Советском Союзе мода с ее изменчивостью мешала как легкой промышленности, так и торговле, которые не были способны выстроить работающий механизм передачи актуальных моделей в массовое производство и продажу (Андреева 2009: 231), можно предположить, что выстраивание нарративов вокруг структуры понятий могло иметь очень большое значение. Через эту структуру понятий официальный советский дискурс предлагает свою модную реальность, переописывая систему моды и тем самым фактически пересоздавая ее для своих читателей: «посредством переописания всему можно придать вид хорошего или дурного, важного или неважного, полезного или бесполезного» (Рорти 1996: 27). Согласно гипотезе Ричарда Рорти, за переописыванием могла стоять интенция формирования реальности по образцу описанного: «метод утопических политиков состоит в том, чтобы переписать множество вещей до тех пор, пока не будет создан образец лингвистического поведения, который будет соблазнять подрастающее поколение выбрать его, заставляя тем самым искать новые формы нелингвистического поведения» (там же: 29).

Девять понятий, легших в основу структуры той системы моды, которая описывалась в советском модном официальном дискурсе, упоминались не только в печатных изданиях, но и в комментариях, сопровождающих модные показы того периода. Простота формы, материальная

доступность и практичность — три понятия, формировавшие внешний вид модных изделий. Взятые вместе, они подразумевали отсутствие обилия декора и соблюдение умеренных масштабов одежды: не слишком узко, не слишком широко, не слишком броско и богато, практично, добротно, долговечно. Практичность одежды понималась и как особая прочность ткани и швов, и как возможность носить ее два и более сезона. По воспоминаниям Ирэн Андреевой, пришедшей на должность искусствоведа в ВИАлегпром в 1964 году, одной из задач, поставленной перед ее отделом, был поиск «стабильной формы», то есть вычленение из истории костюма форм, неизменных на протяжении как минимум сотни лет. Эти формы предполагалось использовать для создания одежды, которая будет долго оставаться актуальной (Андреева 2009: 232). На уровне официального дискурса эта тенденция описывалась как идея долгосрочности современных трендов: «Учитывая, что женщины стали более практичны и стараются обновлять свой гардероб далеко не каждый год, художники сознательно предлагают им те же формы одежды, которые были модны и в прошлом сезоне — прямую и расширенную» (Одежда и быт 1965: 2). Практичность как тренд относится даже к самим изданиям о моде: «Разнообразие фасонов, помещенных в книгу, дает возможность при изменении моды разработать аналогичные фасоны с обновленными линиями» (Дрючкова и др. 1963: 2). Остальные понятия структуры относятся к личным качествам женщин, стремящихся быть «в моде».

Советский дискурс настаивал, что вкус является качеством приобретенным и может быть развит путем непрерывного образования и работы над собой. Помимо этого, важным качеством идеальной советской модницы было умение подбирать предметы гардероба сообразно их функциональной и типологической уместности, а также удобства. Под этим подразумевается умение выбирать одежду сообразно ситуативной идентичности: на работе, в театре, дома, на пляже, во время занятий спортом приемлемы разные предметы. Типологическая уместность означает умение выбирать костюм исходя из особенностей своей внешности, фигуры и возраста. Авторы дидактических текстов придают огромное значение всем возможным дефектам фигуры, исключаящим ношение тех или иных фасонов юбок, форм воротничков, шляп, причесок и так далее. Удобство костюма соединяет в себе эти навыки, а также понятие практичности: костюм, подходящий по функции, типу фигуры, прочно сшитый из добротной ткани и сочетающийся с остальными предметами гардероба так, чтобы все элементы ансамбля были взаимозаменяемы, считается в данной системе удобным, практичным и идеально подходящим.

Последнее понятие структуры — легитимизация моды через труд — находит отклик не только в официальном дискурсе, но и в других советских текстах. В художественной литературе и автобиографиях авторы оправдывают либо своих персонажей, либо свое собственное желание одеваться красиво через приложение невероятных физических усилий, будь то шитье в ночное время или дополнительные подработки, позволяющие оплачивать модные новинки (Размахнина 2026: 75).

Таким образом, аудитория, интересующаяся модой, читающая соответствующую литературу или посещающая модные показы, получала представление не только о текущих трендах, но и о нормах, об этих основных понятиях, на которых строилась советская система моды. Одежда в первую очередь рассматривалась с утилитарной точки зрения, помимо этого важна была социальная составляющая, определяющая внешний вид человека в публичном пространстве. Советский модный дискурс старался создать идеальное одетое тело, недостатки которого тщательно замаскированы, а экономический, социальный и культурный капитал завуалирован приличной, уместной, неброской одеждой, которая — в идеале — прослужит владельцу много лет. Те же понятия и нормы транслировались и в советских фильмах, посвященных моде.

## Феномен советского модного фильма

В 1911 году, впервые в истории, Поль Пуаре использовал фильм с парадом манекенов в целях распространения придуманных им модных тенденций. В 1913 году фильм «Вестник моды Кинемаколор» шел как в лондонских, так и в провинциальных британских кинотеатрах, а с середины 1930-х годов сюжеты с показами мод включались в популярные художественные фильмы (Эванс 2007: 25). По мнению Эванс, такие фильмы не просто знакомили аудиторию обычного кинотеатра с модными тенденциями, но включали ее в число потребителей высокой моды. Несмотря на то что сама продукция домов высокой моды оставалась недоступной широкому кругу, возникала иллюзия доступности и включенности каждого в мир моды через созерцание. Фильм — показ мод значительно расширил физическое пространство модного перформанса. Благодаря ему модные шоу смотрели миллионы современников, жителей удаленных от модных столиц мест. Более того, формат фильма расширил и временные границы, и мы сейчас можем проникнуть на модный показ прошлого, чтобы увидеть

тренды, царившие недолгое время и сменившиеся другими. Благодаря пленке мода прошлого как будто застыла во времени. Мы рассмотрим, как расширялись границы модного показа и какими комментариями сопровождался перформанс на примере двух советских модных фильмов.

В 1956 году на экраны вышел фильм «Моды сезона», снятый Центральной студией документальных фильмов и запечатлевший не только фрагменты дефиле в демонстрационном зале ОДМО, но и мизансцены с элементами модного показа на пленэре. Визуальные путешествия по стране были частым приемом в документальных фильмах второй половины XX века, знакомящих жителей с природными достопримечательностями разных уголков Земли. Модный фильм использует эту практику и переносит место действия на юг — в своеобразный рай для жителей страны с суровым климатом. Освоение модных новинок, примерка новых ролевых моделей и новых подходящих к ним костюмов во многом связаны с ситуацией отпуска. В незнакомом окружении и расслабляющей обстановке отдыхающие более склонны к вестиментарным экспериментам, чем дома и в рабочий сезон (Бэним и др. 2010: 46). Модный фильм эксплуатирует эту идею, предлагая зрительницам новые модели именно в отпускном антураже. Сюжет фильма разворачивается вокруг свежего выпуска «Журнала мод»: поочередно на экране возникают весенние и летние экзотические пейзажи (горы, побережье, ансамбли курортной архитектуры), на фоне которых манекенщицы демонстрируют весенние прогулочные костюмы, одежду спортивного типа для длительных прогулок на природе и по городу, пляжные сарафаны и купальники, нарядные летние платья, вечерние туалеты для театра и танцев и так далее. Перформативность первой части носит характер мизансцен: манекенщицы разыгрывают ситуации диалогов, прогулок, кормления диких птиц и демонстрации друг другу своей одежды. Такие предметы, как утренние халаты и комплекты с расстегивающимися юбками для пляжа, надетыми поверх купальных костюмов, манекенщицы демонстрируют не зрителю напрямую, а друг другу, как бы исключая момент раздевания перед камерой. В эти моменты камера показывает их издали, сбоку и исключает попадание в кадр области бедер, уже освободившихся от юбки. Мизансцена с разоблачением на пляже не комментируется голосом, и после фразы «Такие комплекты очень удобны, и сейчас мы вам это покажем» звучит только музыка.

Во второй части фильма запечатлен показ мод в демонстрационном зале ОДМО, что позволяет реконструировать обстановку, царившую на подобных мероприятиях. В этой части внимание камеры

привлекают не только проходки манекенщиц, но и фигура искусствоведа — женщины в черном строгом платье, комментирующей показ с кафедры (хотя в фильме ее голоса не слышно). Вокруг подиума установлены кресла, и мы видим зрителей, присутствующих на показе, хотя камера и не фиксируется на них. Манера демонстрации манекенщиц в этой части сдержанная, но довольно энергичная: они не плывут по подиуму, но довольно уверенно ходят, четко придерживаясь собственного ритма; выполняют многочисленные повороты и поддерживают визуальный контакт со зрителями. Их лица освещены приятными спокойными улыбками, манера демонстрации кажется нам сдержанной и деловой: для них демонстрация мод не развлечение и не творческий порыв, а повседневная работа, требующая усердия и умений. Именно таким, судя по всему, было визуальное воплощение основных понятий советской системы моды.

Закадровый комментарий ко всему фильму подготовлен сотрудниками ОДМО Н. Голиковой и Л. Ефремовой, что указано в титрах. Комментарий содержит ценную информацию, касающуюся кроя, выбора ткани и расцветок моделей, при помощи текста заостряется внимание на оригинальных конструктивных решениях, вроде необычных карманов, застежек или многофункциональности элементов (шарф выглядит как жакет). И хотя основной нарратив строится вокруг конструктивных особенностей одежды, в комментарии находят отражение основные понятия советской системы моды. Понятие доступности отражено в следующей реплике: «Неправда ли, красивое платье? А ведь оно сделано из штапельного полотна!» Для того чтобы зрительницы могли развивать свой вкус, комментатор делает акцент на сочетаемости предметов гардероба разных цветов: «Сочетание трех цветов модно в этом сезоне». Выделяется универсальная модель, которую стоит выбрать в том случае, если нет уверенности в выборе или нет возможности приобрести несколько предметов на разные случаи: «А вот платье, которое, пожалуй, подойдет любой женщине: полной и худощавой, молодой и пожилой. Перчатки и шляпа сделают его нарядным». Обозначается функциональная уместность того или иного костюма: «Для длительных прогулок за городом платье не всегда удобно. Куда лучше узкие брюки и куртка. В таком костюме свободнее себя чувствуешь в горах или в лесу». Уделено внимание и типологической уместности: «Вечерние наряды могут быть очень разнообразными, но, скажу вам по секрету, каждая женщина должна выбирать только то, что ей идет». Интонации закадрового голоса в таких случаях смягчают поучительный тон текста, появляются сдержанные эмоции, выражающие похвалу или восторг: «Как красиво,

когда куртка и брюки разного цвета!» «Конечно, и обувь должна гармонировать с платьем!» (Моды сезона 1956).

Таким образом, фильм выполняет важную образовательную функцию: он не просто информирует о новых моделях, спроектированных в ОДМО, но повышает культурный уровень зрителя и его насмотренность в области вестиментарного этикета, объясняет сложные вопросы функциональной и типологической уместности, а также позволяет прикоснуться к миру моды жителям городов, отдаленных от областных центров, где располагались местные дома мод. Фильм рассчитан на широкую советскую аудиторию, а его материал ограничен моделями одной моделирующей организации: благодаря этому содержание получилось полностью вписанным в структуру понятий советского официального модного дискурса. Намного сложнее оказалось вписать в привычные рамки материал следующего модного фильма.

## Особая роль фильма

### «Моды встречаются в Москве» в истории советского модного перформанса

Пространство этого фильма намного шире самого подиума и шире пространства модного перформанса предыдущего фильма. Оно увеличивается за счет демонстрации закулисной жизни. Подготовка манекенщиц к выходу и работа гримеров во время самого показа были скрыты от глаз зрителей, но фильм переносит часть действия за кулисы, усиливая зрелищность всего шоу. На протяжении 1960-х годов зрелищность превращается в один из главных притягательных факторов модного показа. Выбор места, его оформление и попадание его эстетики в тему коллекции становится важным составляющим успеха коллекции (Дагган 2006: 33). Тут важно понимать неизбалованность советского зрителя конца 1960-х годов показами мод международного масштаба и, соответственно, стремление авторов отобразить в фильме этот масштаб. Общие кадры сверху дают представление о гигантском пространстве стадиона и размерах подиума. В этом контексте взгляд за кулисы расширяет и без того обширные пространства шоу. Опираясь терминологией Гофмана, гримерка — это типичный пример зоны заднего плана, закулисы. Там исполнитель находится наедине с собой, может расслабиться или отрепетировать свое поведение (Гофман 2000: 149). Присутствие в фильме кадров из гримерок переворачивает систему, превращая скрытое в публичное, выводя процесс макияжа с уровня незаметной ремесленной работы на уровень искусства. Сами гримеры тоже в этот момент превращаются из невидимых

помощниц в актрис, в главных действующих лиц. Учитывая высочайший интерес советских женщин к любым практикам красоты (по той причине, что информации в официальных источниках было недостаточно), этот момент действительно расширял пространство модного показа и выполнял важную зрелищную (и образовательную) функцию. На усиление зрелищного эффекта работает и включение в сценарий фильма документальной хроники с горнолыжного и морского курортов. Мотивируя такой выбор видеоряда тем, что купальные костюмы лучше всего смотрятся на пляже, сценаристы переносят телезрителей к морю, делая их визуальными потребителями не просто купальных костюмов, но шикарной курортной жизни в целом и создавая переключку с фильмом 1956 года.

Расширяется пространство действия видеорядом, запечатлевшим зрителей в зале. Фиксируются различные реакции на те или иные коллекции: люди переговариваются, вытягивают шеи, чтобы лучше видеть шоу; пользуются не только театральными биноклями, но и более мощной оптикой. Необычное поведение зрителей — один мужчина спит, а другой, наоборот, рассматривает в подзорную трубу показ купальников — вызывает ехидные комментарии за кадром. Фильм, таким образом, включает зрителей в модный перформанс и одновременно указывает на нормы поведения в пространстве модного показа.

Еще один пример расширения пространства модного показа — чередование дефиле и демонстрации технических достижений швейной промышленности, представленных на Международной выставке в те же дни. В советской системе мода легитимизировалась через труд, и кадры, запечатлевшие работу машин, пришивающих нагрудные карманы к сорочкам, внесли в фильм атмосферу фабрики, разбавляя атмосферу гламура.

## Роль комментария и монтажа в формировании образа Другого

В конце 1960-х годов в западной моде формируется новая культура модного показа, из коммерческого и утилитарного процесса он превращается в шоу, посмотреть которое зачастую приходят те, кто совершенно не заинтересован в покупке предметов коллекции и воспринимает модный показ как легальный способ насладиться созерцанием движущихся манекенщиц (Эванс 2007: 37). Тело манекенщицы стало сексуализироваться, однако это не было самоцелью и произошло в результате другого процесса. Модельеры нового поколения, Андре Курреж, Мэри Куант, понимая сложности конкуренции, а также

осознавая необходимость создания нового формата показа для своих инновационных коллекций, значительно ускорили темп и изменили стиль проходов, добавили музыкальное сопровождение и объявили новые требования к телу манекенщицы. Куант отдавала предпочтение фотомоделям, так как те умели молниеносно принимать эффектные позы, каким бы стремительным ни был темп дефиле (там же: 36–37). Таким образом, на московском подиуме в 1967 году появились не просто новые модели одежды, включая короткие юбки, и инновационные материалы, но необычный тип перформанса, который, естественно, требовал объяснения со стороны советских специалистов модной отрасли. В отличие от ленты 1956 года, комментарий к которой лежал в идеологически безопасной зоне, комментарий к этому фильму балансирует между искусствоведческой оценкой моделей (материал, крой, функция) и заявлениями, формирующими общественное мнение относительно необычных явлений на подиуме. Стоит также отметить, что закадровый голос в фильме 1956 года женский, а интонации в моменты проявления дидактики смягчаются, в фильме же 1968 года закадровый голос принадлежит мужчине, а в моменты объяснения непонятных «буржуазных» моментов тон и стиль изложения становятся ироничными, местами — уничижительными.

Неизвестно, был ли какой-то комментарий у каждой коллекции изначально, но в фильме оставлен аутентичный саундтрек, поверх которого наложен общий комментарий, связывающий все сюжеты воедино. Несмотря на риторические призывы к зрителям составить свое мнение об увиденном, закадровый голос достаточно последовательно проводит собственные утверждения, формирующие это мнение. Сценарий фильма построен так, чтобы чередовать показы, вызывающие негативную и позитивную оценки составителей. Открывается показ представлением советской коллекции, которую комментатор беззастенчиво расхваливает. Эту точку можно считать отправной для построения схемы «Свой — Другой».

В фильме намечены различные критерии для оценки инаковости, требующие пояснения. Первым Другим в дихотомии «Свой — Другой» выступает коллективное карнавальное тело, нагляднее всего показанное в фильме на примере показа делегации США, поставленного в формате танца в сопровождении музыкального ансамбля. В выборе ракурса съемки, запечатлевшего множество ног и хаотично движущихся тел, можно предположить желание представить этот показ как элемент карнавала. Это гротескное тело, оно не имеет четких форм, не отграничено от остального мира, оно хаотично, негерметично, незавершено и в любой момент готово переродиться во что-то

иное (Граната 2021: 35). Закадровый голос уничижительно отзывается о показах пляжных коллекций с элементами танца: «От конкуренции еще не так запляшешь», намекая как бы на социальный контекст (конкуренция в капиталистическом мире), хотя, вероятно, большую тревогу у сторонников официального телесного канона тут может вызвать исполнение современного танца манекенщицей в раздельном купальнике посреди Москвы на глазах у тысяч советских граждан. Новый тип показа не просто существовал сам по себе, он тоже был своеобразным вызовом сдержанности манер высокой моды; это высказывание, и оно подразумевало своего адресата. Сложно сказать, чем руководствовались хореографы, решившие представить подобные показы в Москве: видели ли советскую социалистическую действительность сквозь призму модного среди парижской молодежи марксизма и считали, что в Стране Советов подобная раскрепощенность будет принята? Или, напротив, пытались эпатировать публику точно так же, как это делали Куант и Курреж, вводя в недоумение респектабельных байеров? Как свидетельствуют комментарии к фильму, советские эксперты от моды не были благосклонны: «Следует напомнить, что настоящую моду отличает чувство меры. Экстравагантность ради экстравагантности ей противопоказана». Новая манера показа была воспринята как гротеск, то есть выход за границы и отклонение от нормы. А женщины сильно рискуют, когда сами отождествляют себя с гротескным телом (там же: 37).

В комментарии к фильму не раз звучит критика в адрес коротких юбок, варьирующаяся от легкой до довольно агрессивной. В случае с показом итальянской коллекции дихотомия «Свой — Другой» раскрывается через комментарий и монтаж. Выход одной из манекенщиц прокомментирован следующим образом: «Были в итальянской коллекции и образцы мини-юбок. Мода — друг юности, в молодежи находит она своих приверженцев и пропагандистов». Далее камера фиксируется на двух пожилых зрительницах в зале, лица которых выражают легкое недоумение. Когда камера возвращается на подиум, там уже другая манекенщица, чье платье короче и сильнее подчеркивает бедра: «Но наряду с модой существует и культура одежды. Согласитесь, при такой крупной фигуре, мини не украшает девушку», — продолжает комментатор. В данном случае разграничение «Свой — Другой» происходит через монтаж: такие моды не подходят советским трудящимся женщинам, они не принимают их. А далее комментатор подводит обоснование, заключающееся в понятии типологической уместности из привычной структуры советского модного дискурса.

Положительными Другими, другими по отношению к старой манере показа и традициям высокой моды, представлены в фильме участницы британского показа. Манекенщики обмениваются на подиуме пиджаками, демонстрируя преимущества готовой одежды, разработанной с учетом возможности использования разных цветов и фактур в одном ансамбле, и универсальной системы размеров и потому подходящей людям с разными фигурами. Отдельно отмечен рабочий комбинезон, который представлен манекенщиком, держащим в руках рабочие инструменты. Демократичность и утилитарность британской коллекции вызвала позитивные комментарии, а съемка показа смонтирована встык с сюжетом о технических инновациях швейного производства. Такой монтаж подчеркивает, на наш взгляд, позиционирование данной коллекции как высокотехнологичной и ценной именно для сферы массового пошива. Другими относительно советского настроя на массовое производство и демократичность моды в фильме выступают модели болгарской коллекции. В комментарии в качестве оправдания отсутствия практичности отмечены их высокий художественный уровень и дань национальным традициям.

В сложные дихотомические отношения «Свой — Другой» вступает показ дома Chanel. Этот дом считался образцом вкуса и умеренности в советском официальном модном дискурсе. Фрагмент его показа завершает фильм, а по итогам этого выступления была подготовлена редакционная статья в «Журнале мод», воспевающая тонкий вкус, элегантность и верность традициям Chanel. Однако, как уточняет Джорджа Бартлетт, в той же статье авторы, удостоив почестями Chanel, перешли к разбору коллекций молодых кутюрье, впечатливших их намного сильнее (Бартлетт 2007: 218). Комментатор фильма относится к показу дома Chanel с большим пиететом. Звучит мелодичная французская музыка, манекенщицы представляют предметы, держа в руках номера и шагая по подиуму в фирменной манере дома: нога от бедра, одна рука на поясе юбки, голова высоко поднята. Неспешный темп показа, необыкновенный профессионализм и уважительный комментарий создают некий феномен присутствия. Кажется, что манекенщицы очень высокие, что паузы в проходке очень драматичные, что костюмы очень дорогие. Во время демонстрации дома Chanel комментатор дважды приводит сравнения с другими показами — и каждый раз в пользу этого дома. Сперва звучит утверждение про элегантные юбки ниже колена: «„Шанель“ отвергает мини-моду. Но вот что интересно: оказывается, и в длинном платье ниже колен женщина может быть и красивой, и современной». Потом комментатор хвалит манеру манекенщиц Chanel: «Никаких подпрыгиваний

или буйного танца». Однако под конец показа в комментарии проявляется критика буржуазной моды, «плоды которой доступны далеко не каждому». Комментатор проводит связь между истинной элегантностью и доступностью этих предметов лишь кругу избранных. Выходит, что массовая мода, вроде как проигрывает высокой, хотя весь предыдущий час зрителя убеждали в обратном. Все эти разногласия выстраивают сложную систему, в которой эстетика Chanel «своя» для советского официального дискурса стилистически, но чуждая классово. Она является «последним бастионом вкуса», но все же проигрывает духу времени, воплощенному в коллекциях более молодых парижских кутюрье.

Социальная история моды, описанная Георгом Зиммелем, рисует понятную и привычную схему, где новая мода хороша всем, даже если она уродлива; она спускается сверху вниз по социальной лестнице и отвергается более высоким классом, как только доходит до более низкого (Зиммель 1996: 271). Но оценка коллекции Chanel в Москве 1967 года опрокидывает эту привычную схему. Новая мода от Chanel оказывается старомодной по своей сути; она может быть эстетически прекрасной и рассчитанной на избранных, но не вызывающей вожделения у более низкого класса, в то время как другие, менее элитарные и более доступные товары являются объектами мечты аудитории. Советский официальный дискурс буксует в этом месте, выбирая путь дипломатии, но так и не ответив на вопрос, каким должно быть отношение советского потребителя к увиденному.

## Заключение

Комментарий и монтаж — важные инструменты формирования модных образов в советских фильмах-дефиле. Комментарии строятся на основе понятий, формирующих структуру советского официального модного дискурса и активно использующихся в дидактической литературе того периода. Модный фильм расширяет рамки показа, включая кадры, снятые с участием манекенщиц на курортах, в горах, на побережье. Пейзажи служат фоном, формирующим позитивное восприятие модных новинок, и переключаются с идеей о том, что мода, как правило, входит в круг объектов мечты, включающий в себя, помимо прочего, и отдых в более или менее роскошных условиях. Модный фильм может расширять пространство показа, включая в него кадры из гримерок и крупные планы зрителей. В частности, прибегая к этому приему, создатели фильма могут транслировать свое отношение к показу, монтируя в нужные места те или иные реакции зрителей. Комментарий

к фильму, с одной стороны, отвечает требованиям официального советского дискурса, но, с другой, как раз позволяет продемонстрировать что-то подцензурное, прокомментировав это критически.

Чем больше акторов принимают участие в фильме, тем сложнее становятся их внутренние взаимоотношения. Так, в картине 1956 года ни одна из представленных тенденций не подвергалась критике, а модели демонстрировались как образцы хорошего вкуса, достойные подражания. В картине 1967 года, напротив, критику и одобрение получали то одни, то другие модели; некоторые тенденции рассматривались сквозь призму структуры модных понятий, и признавались пригодными для одной категории женщин, но непригодными для другой. Участие домов моделей из разных стран превратило комментарий в сложную систему, которая должна была угодить как международным партнерам, так и внутреннему потребителю. Именно в этой ситуации грамотный монтаж, текст комментария и манера его произнесения получили очень важную роль.

## Литература

- Андреева 2009* — Андреева И. Частная жизнь при социализме: отчет советского обывателя. М.: Новое литературное обозрение, 2009.
- Барт 2019* — Барт Р. Система моды. Статьи по семиотике культуры. М.: Академический проект, 2019.
- Бартлетт 2007* — Бартлетт Дж. Давайте оденем их в беж: мелкобуржуазный мирок официального социалистического костюма // Теория моды: одежда, тело, культура. 2007. № 3. С. 187–232.
- Бэним и др. 2010* — Бэним М., Гай Э., Джиллен К. Женщины «на планете Отпуск»: одежда как средство самопрезентации в отпуске // Теория моды: одежда, тело, культура. 2010. № 17. С. 45–63.
- Вайнштейн 2007* — Вайнштейн О. «Мое любимое платье»: портниха как культурный герой в Советской России // Теория моды: одежда, тело, культура. 2007. № 3. С. 101–126.
- Ворт 2013* — Ворт Ж. Ф. Век моды. М.: Этерна, 2013.
- Гофман 2000* — Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни. М.: Канон-Пресс-Ц, Кучково поле, 2000.
- Граната 2021* — Граната Ф. Экспериментальная мода. М.: Новое литературное обозрение, 2021.
- Дагган 2006* — Дагган Дж. Г. Величайшее шоу мира: взгляд на современные показы мод в их связи с искусством перформанса // Теория моды: одежда, тело, культура. 2006. № 2.
- Журавлев 2009* — Журавлев С. Демонстрационный зал ГУМа в середине 1950-х — 1970-е годы: особенности визуальной репрезентации

советской моды на микроуровне // Визуальная антропология: режимы видимости при социализме. М.: ООО «Вариант» ЦСПГИ, 2009.

*Захарова 2007* — Захарова Л. Советская мода 1950-х — 1960-х годов: политика, экономика, повседневность // Теория моды: одежда, тело, культура. 2007. № 3. С. 55–80.

*Зиммель 1996* — Зиммель Г. Мода // Избранное. Т. 2. Созерцание жизни. М.: Юрист, 1996. С. 266–291.

*Кащенко, Козлова 1986* — Кащенко О. Д., Козлова Т. В. Покупателю об одежде и моде. М.: Экономика, 1986.

*Размахнина 2026* — Размахнина А. Между правилами и практикой: реконструкция модных нарративов через комплексный анализ винтажной одежды и текстов эпохи «оттепели» // Коммуникации. Медиа. Дизайн. 2026. № 1. С. 57–86. [cmd-journal.hse.ru/article/view/30061/31165](http://cmd-journal.hse.ru/article/view/30061/31165) (по состоянию на 21.07.2026).

*Рорти 1996* — Рорти Р. Случайность, ирония и солидарность / Пер. с англ. И. Хестановой, Р. Хестанова. М.: Русское феноменологическое общество, 1996.

*Щипакина 2009* — Щипакина А. Мода в СССР. Советский Кузнецкий, 14. М.: Слово, 2009.

*Эванс 2007* — Эванс К. Волшебное действо // Теория моды: одежда, тело, культура. 2007. № 4. С. 9–52.

### Исторические источники

*Ателье 1923* — Ателье. 1923. № 1.

*Вся Москва 1925* — Вся Москва. Адресная и справочная книга на 1925 год. М.: Издательство МКХ, 1925.

*Вся Москва 1926* — Вся Москва. Адресная и справочная книга на 1926 год. М.: Издательство МКХ, 1926.

*Вся Москва 1927* — Вся Москва. Адресная и справочная книга на 1927 год. М.: Издательство Московского коммунального хозяйства, 1927.

*Фасоны 1936* — Фасоны готового платья треста Москвошвей: весна-1936-лето. М.: Госшвейсбыт, 1936.

### Видеоматериалы

*Моды встречаются в Москве* — [ok.ru/video/7034774620912](http://ok.ru/video/7034774620912) (по состоянию на 21.07.2026).

*Моды Нового Времени*, вып. 27 мая 2014 года / программа «Запечатленное время», телеканал «Россия-Культура».

*Моды сезона* — [ok.ru/video/7059039457737](http://ok.ru/video/7059039457737) (по состоянию на 21.07.2026).

