

ФЕНОМЕН МОДЫ В ЗЕРКАЛЕ СЕМИОТИЧЕСКОГО ПОДХОДА

С.Ю.Гуцол

кандидат психологических наук,

доцент кафедры психологии и педагогики

Национального технического университета Украины

«Київський політехнічний інститут»

Статтю присвячено аналізу засад вивчення феномену моди як знакової системи. На підставі структуралістського підходу Р.Барта і постмодерністської концепції Ж.Бодрийяра виявлено основні принципи функціонування модних знаків у сучасному суспільстві.

Ключові слова: мода, модні знаки, вестиментарна матриця, симулякр.

Актуальность проблемы исследования феномена моды обусловлена, прежде всего, функциональной нагрузкой этого культурного модуса в современных условиях как одного из механизмов социальной регуляции общественного поведения широких слоев населения. Обнаруживая себя в различных областях жизни, мода имеет прямое влияние на экономическое и социальное развитие общества. С точки зрения Ю.М.Лотмана, мода является своего рода метрономом развития культуры, признаком динамичной структуры социума [5].

Под феноменом моды представители различных научных направлений обычно понимают непродолжительную практику (как осознаваемого, так и неосознаваемого) преобладающего стандартизированного массового поведения относительно ограниченного круга людей. При этом, к феноменологической особенности этого явления относят динамичность, характеризующуюся способностью к расширению, т. е. постоянному увеличению количества его трансляторов (носителей).

Сфера моды является объектом пристального внимания ученых уже несколько веков. И если труды XVIII – первой половины XIX столетия носили скорее описательный характер («Переписка моды» Н.В.Страхова, «Несколько замечаний о современных модах в одеждах» архиепископа Амвросия, «Моды и цинизм» Ф. Дишера), то со второй половины XIX века появляются серьезные научные исследования этого культурного феномена таких выдающихся философов и социологов как Г.Тард, Г.Спенсер, Дж.Ст.Милль, Г.Зиммель, В.Зомбарт, Т.Веблен.

Анализ трудов современных авторов, специализирующихся на изучении того или иного аспекта моды, дает возможность выделить шесть основных направлений исследования данного культурного модуса: деятельностный подход (Е.Я.Басина, А.Б.Гофмана, К.М.Кантора, В.М.Красина, Б.Д.Парыгина,

В.И.Толстых, А.Г.Харчева); экономический подход (И.В.Архипова, С.О.Аничкина, Н.Т.Фролова); эстетический подход (В.И.Казаринова, О.Д.Кащенко, Е.Киреева, Т.В.Козлова, Н.Т.Савельева); коммуникативный подход (В.Ю.Борев, А.В.Коваленко, Л.В.Петров); психологический подход (Л.Е.Коломинский, Б.Д.Парыгин, Б.Ф.Поршнева); комплексный подход, при котором указанные аспекты рассматриваются в единстве (Л.А.Масалкова, З.Б.Элькина).

Предметом данного исследования является мода как семиотический феномен. «Мода всегда семиотична. Включение в моду – непрерывный процесс превращения незначимого в значимое» [5, 126-127]. Целью нашей статьи является анализ оснований изучения моды как знаковой системы, выделение основных принципов функционирования модных знаков в культурной ситуации постмодерна.

Важно сразу отметить, что мода во временном измерении не носит универсального характера и присуща лишь конкретным типам общества. Так, несмотря на то, что «ростки» моды существовали ни одно тысячелетие, обычно их влияние было ограничено лишь одной социальной группой, сословием конкретной страны (так, мода дворян никак не влияла на стиль потребления крестьян и слабо – на горожан). Поэтому, назвать эти смены стиля потребления модой в современном смысле слова вряд ли адекватно.

Как о мощном регуляторе общественной жизни мода заявила о себе только в XIX в. [3, 139-140]. Именно с этого времени и можно говорить о появлении моды не как нормы отдельного сословия конкретной страны, а как некой универсальной нормы, ограниченной во времени, а не в социальном пространстве.

Самостоятельной «подиумной индустрией» мода становится в 60-е годы XX в., что и совпадает с началом широкого распространения семиотического подхода к ее исследова-

нию. И, несмотря на то, что отдельные его проявления (в виде попыток толкования символики одежды) присутствовали и у более ранних авторов (в частности, у Т.Веблена), самыми яркими представителями семиотического подхода к анализу феномена моды, безусловно, являются Р.Барт и Ж.Бодрийяр, рассматривавшие культуру потребления, в том числе потребления одежды, как «систематический акт манипуляции знаками» [6].

Предлагаемые нами теоретические основы изучения феномена моды будут базироваться на результатах исследований этого культурного модуса внутри структуралистического подхода Р.Барта, которые, в свою очередь, дали творческий толчок постмодернистским концепциям моды Ж.Бодрийяра.

С целью выделения базовых принципов функционирования модных знаков в культуре, прежде всего, остановимся на детальном анализе научных взглядов Р.Барта, отраженных в его трудах «Мифологии» и «Система моды», в которых автор рассматривает феномен моды как аспект мифа, в свою очередь трактуемый им в качестве единицы ложного, неподлинного смысла, функционирующего в культуре.

Здесь мы считаем важным напомнить, что Р.Барт специфическим образом артикулировал понятие «миф». С его точки зрения, миф – это такая знаковая система, которая использует уже имеющиеся в культуре первичные знаки (литературу, историю, различные традиции и обычаи), чтобы создавать из них новые смысловые образования (мода, реклама, политический театр), служащие не человеку, а поддержанию производства (товаров, услуг, а также самого человеческого рода).

Возвращаясь к моде как к одному из самых очевидных мифов, структуралисты определяли принцип ее функционирования через стимулирование покупать новую одежду не потому, что старая изнашивается (первичная система знаков), а потому, что были созданы новые модели одежды (вторичная система знаков), при этом, отличия новой модели от предыдущей могли быть абсолютно незначительными.

Для Р.Барта, мода – это идеальная модель смыслообразования вообще: абсолютно эфемерная, оторванная от функции, от бытовых реалий, мода представляет собой чистый, самодовлеющий смысл, риторику, апофеоз идеологии.

Предметом своего изучения Р.Барт выбрал систему «письменной Моды»: способы ее описания в модных журналах. С точки зрения ученого, именно язык, осуществляющий в современном обществе абсолютный диктат

над действительностью, в сфере моды выполняет формирующую функцию, определяя один аксессуар как старомодный и провозглашая другой символом морального здоровья и социального успеха. Р.Барт выделяет эвфемическую функцию моды, ее способность доставлять приятные переживания своим пользователям, нередко путем замалчивания неприятных сторон реальности.

Анализируя искусственно-бытовые системы, в том числе систему Моды, автор выделяет в них дискретный код лингвистического типа. Согласно взглядам Р.Барта, каждая вещь соотносится с кодом языкового типа, что, в свою очередь, определяет возможность высказать ее с помощью языка («платье для коктейля», «для отпуска на Таити» и т. д.).

В русле выше сказанного, знаменитый тезис Р.Барта: «Не служит ли слово неизбежным посредующим звеном любого знакового образования? (...) А потому, возможно, следует наоборот перевернуть формулу Соссюра и заявить, что семиология сама составляет часть лингвистики» является обобщением его взглядов о подобных псевдореальных кодах, вещественных лишь по субстанции означаемого, а во всех остальных отношениях строго следующих языковой модели [1, 33].

По Р.Барту, в системе вестиментарной моды оппозиция трех систем спроецирована внутрь одной системы, выражаясь через оппозицию трех видов сообщений, «трех одежд», соседствующих на страницах модного журнала:

- одежды-образа (фотографии или рисунка, обладающих лишь ограниченной знаковостью);
- одежды-описания (текста, комментирующего и эксплицирующего образ);
- реальной одежды (точнее технологических операций, описанных в «указаниях для пошива», то есть в практически-транзитивном тексте Моды).

И если первая и третья системы в основном исчерпываются своим денотативным сообщением (передачей визуального образа или инструкцией для практических действий), то вторая – обладает сложным знаковым устройством, структурному анализу которого собственно и посвящена монография «Система Моды».

Согласно концепции Р.Барта, именно система одежды-описания насыщена коннотациями и располагается «между вещами и словами» [1, 62], связывая моду с внешним миром, и в то же время тенденциозно деформируя его.

В этом ключе, автор подчеркивает особую важность «мирских» значений модной одежды, так называемых, «комплексов А»:

прямо высказываемых в модных журналах соотношений между той или иной одеждой и жизненными ситуациями, событиями, ценностями, которые она «выражает» (труд или праздник, возрастные и социопрофессиональные модели), вследствие чего в системе Моды возникает уникальный феномен «именования означаемых», отсутствующий практически во всех других знаковых системах.

И если при семиотической ситуации, описанной Соссюром, означаемое носит имплицитный характер (мы понимаем его лишь путем опознания означающего), то в случае «мирских означаемых» Моды означаемое может не только угадываться в одежде-образе, но еще и эксплицироваться в специально сопровождающем тексте, который, в свою очередь, приобретает метаязыковой характер (наподобие учебника или словаря, объясняющего значения знаков).

Таким образом, бартовские «мирские означаемые» являются своего рода феноменом удвоения означающих: с одной стороны, собственно описание одежды, с другой – прямое именование (например, «для коктейля»).

Понятие вестиментарной матрицы занимает центральное место в монографии Р.Барта. Он показывает, что минимальная структура означающего в модной одежде-описании складывается из трех составляющих: объекта (вещи в целом), суппорта (выделенной части или детали) и варианта (качеств этой части или детали, варьирование которых как раз и формирует смены Моды).

Так, в структуре кардиган с закрытым воротником объектом значения является кардиган в целом, непосредственным носителем суппортом значения – конструктивная деталь воротник, а вариантом – его закрытость, которая при другой моде может заменяться открытостью. С точки зрения Р.Барта, такие матрицы представляют собой элементарные частицы, «кирпичики», из которых складывается описание любой модной одежды.

Обратим внимание на тот факт, что структура вестиментарной матрицы, особенно пары «суппорт-вариант» (которые автор выделяет в категорию «модные черты»), отчетливо напоминает предикативную структуру. Действительно, с одной стороны, существует логический субъект (воротник), а, с другой стороны, – приписываемый ему предикат (закрытый).

Однако, можно заметить, что в отличие от предиката, имеющего абстрактную форму, и являющегося отвлеченным понятием, субъект-суппорт обладает смешанной природой: имеет не только понятийную, но и материальную определенность.

Согласно Р.Барту, описанное выше деление матрицы на неизменную субстанцию и переменчивое формальное различие всегда присутствует в производных семиотических системах типа одежды или пищи, в силу того, что они опираются на материал, который, в отличие от звуков речи, кроме сигнификации изначально имеет иное практическое назначение: «все системы коммуникации, опирающиеся на объекты, которые существуют технически или функционально до своего значения, обязательно должны включать в себя суппорты, отличные от вариантов» [1, 99].

Еще одной характерной особенностью вестиментарной матрицы, является специфический обменный процесс, постоянно происходящий между тремя ее элементами, который автор называет «излучением смысла»: «В одежде (одежде-описании) система лишь кое-где ставит свою печать в изначально не значимой массе, но через посредство матрицы эта печать как бы излучается на всю вещь» [1, 101].

Так, несмотря на то, что фокусом или источником модного смысла является только нематериальное качество «закрытости», приписанное ограниченному элементу одежды – «воротнику», но именно через этот точечный суппорт смысл (возникающий благодаря переменчивости варианта), разливается на весь объект, сам по себе являющийся инертным в отношении модного смысла. Таким образом, с точки зрения Р.Барта, мода обладает способностью «просвечивать смыслом инертные материалы» [1, 277].

Внутри вестиментарной матрицы можно проследить специфический перекрестный обмен, при котором текстуальная «одежда-описание» проецирует свои дискретные категориальные составляющие на непрерывную форму «одежды-образа», но при этом она сама заражается континуальными процессами на уровне своих элементарных микроструктур.

И, несмотря на то, что матрица означающего сама по себе еще не обладает значением, оно лишь приписывается ей извне системой Моды (например, «кардиган с закрытым воротником» может нести коннотацию «нарядности»), этот процесс перетекания или излучения смысла все же подобен «истечению» смысла от одного знака к другому при коннотации.

В итоге Р.Барт заключает, что многоэтажная «архитектура вестиментарных матриц», элементы которых могут образовываться другими (более детализированными) матрицами, по структуре своей почти точно совпадает с многоярусным строением коннотативных знаков и знаковых систем, между которыми происходит циркуляция смысла.

Обратим внимание, что бартовская семиотика моды, «работающая» по принципу «мифа», явным образом перекликается с концепцией симуляции Ж.Бодрийяра, в которой термин «миф» заменяется на «симулякр», ставший впоследствии «фирменным» знаком автора. Согласно Ж. Бодрийяру, все объекты потребления составляют систему знаков, дифференцирующих население. Для стороннего наблюдателя чужое потребление выступает в качестве текста, который может быть им прочитан.

В 1968 г. была опубликована первая книга Ж.Бодрийяра «Система вещей», (название созвучно «Системе моды» (1967) Р.Барта), в которой автор подчеркивает абсолютную автономность символического знакового обмена, претендующего на отождествление принципа удовольствия с принципом реальности. На месте разрыва между удовольствием и его символическим воплощением, с точки зрения Ж.Бодрийяра, находится код, одинаково действующий в любой системе, который и порождает симулякры: «взаимные подстановки красивого и безобразного в моде, левых и правых в политике, правды и лжи во всех сообщениях медиа, полезного и бесполезного в бытовых вещах, природы и культуры на всех уровнях значения» [2, 55].

Согласно концепции Ж.Бодрийяра, именно код подменил собой сложные отношения означаемого и означающего, первой и второй знаковой систем (Р.Барт), и сделал элементы этих двух системы взаимозаменяемыми, в результате чего возникла, так называемая, гиперреальность (виртуальная, знаковая реальность), «еще один «фирменный» термин автора), которая, в свою очередь, свела на нет всевозможные конфликты (например, между реальным производством и модой).

Акцентируя внимание на возрастающей роли знака в современном обществе, Ж. Бодрийяр выделяет четыре последовательных стадии его эволюции. На первом этапе образы являются «отражением базовой реальности».

«В первобытных культурах знаки открыто циркулируют по всей протяженности «вещей», в них еще не «выпало в осадок» означаемое, а потому у них и нет никакого основания или истинного смысла. Реальности, этой наиглавнейшей из наших коннотаций, не существует. В мире знака нет «заднего смысла», нет бессознательного (которое представляет собой последнюю, самую хитрую из коннотаций и рационализации)» [2, 180].

На втором этапе симулякры маскируют и искажают базовую реальность, но еще не теряют связи с материальными объектами.

На третьем этапе симулякры маскируют отсутствие некоей базовой реальности, когда язык-код напрямую обращается к самореференции.

На четвертой стадии образы не имеют отношения к какой бы то ни было реальности, становясь чистыми симулякрами, имиджем того, что не существует и никогда не существовало, копией без оригинала, не имеющей отношения к реальности. По мнению Ж.Бодрийяра, в культуре постмодернистского общества доминируют симуляции, представляющие дискурсы и объекты, которые не имеют реального референта и соотносятся не с реальностью, а с другими знаками, превращая мир в виртуальную, знаковую реальность.

На этот парадокс функционирования современных знаковых систем обращал внимание и Р.Барт, характеризуя его следующим образом: «Неустанно действует тенденция превращать чувственное в значимое, тенденция ко все более сложно организованным системам. Одновременно, в тех же самых размерах, знак стараются замаскировать в качестве знака, скрыть его систематическую природу, рационализировать его, подвести под него основание, связать с какой-нибудь мировой инстанцией, субстанцией, функцией» [1, 285].

Феномен утраты реальности, в первую очередь социальной, анализирует и Г.Дебор, жизнь общества определяется которым в качестве спектакля, представляющего собой общественные отношения между людьми, опосредованные образами. В этом смысле спектакль не является неким дополнением к реальному миру, его надстроеной декорацией, он есть средоточие нереальности реального общества. Во всех своих частных формах, будь то информация или пропаганда, реклама или непосредственное потребление развлечений, спектакль конституирует наличную модель преобладающего в обществе образа жизни [4].

Для Ж.Бодрийяра теория симуляции непосредственная связана с теорией моды – первая выступает как основание последней. С его точки зрения, мода, являющаяся современницей политической экономии, представляет собой универсальную форму, в которой «взаимообмениваются всевозможные знаки, подобно тому, как в рыночной игре эквивалентностей участвуют всевозможные продукты».

Это единственная знаковая система, допускающая универсализацию, а потому она и захватывает все остальные, подобно тому, как рынок устраняет все иные способы обмена» [2, 176].

Однако, в отличие от политической экономики (в сфере которой происходит количественный обмен, вследствие чего необходим некий всеобщий эквивалент (золото, валюта)), в сфере моды, являющейся в высшей степени абстрактно формальной, сохраняется только одна форма всеобщей эквивалентности – сама мода, так как при обмене отличиями, происходящими в ней, нужны лишь модели.

«Модели и служат своего рода всеобщим эквивалентом, преломляющимся через матрицы, которыми регулируются различные области моды» [2, 176]. Следовательно, в сфере моды производство определенных форм (паттернов) обусловлено не их собственными детерминантами, а наличием модели: формы не производятся, а воспроизводятся, их единственной референцией становится сама модель.

Согласно взглядам Ж.Бодрийяра, «мода – это не дрейф знаков, а их плавающее состояние, как нынешний плавающий курс денежных знаков (...) мода являет собой то, уже достигнутое, состояние ускоренно-безграничной циркуляции, поточно-повторяющейся комбинаторики знаков, которое соответствует сиюминутно-подвижному равновесию плавающих валют. В ней все культуры, все знаковые системы обмениваются, комбинируются, контаминируются, образуют недолговечные равновесия, чья форма быстро распадается, а смысл их не заключается ни в чем» [2, 177-178]. Таким образом, мода возникает на определенной стадии развития сферы знаков, на которой уже нет императива когерентности или референтности.

С его точки зрения, модный знак абсурден, формально бесполезен, он образует совершенную систему, в которой ничто более не обменивается на реальность, он произволен и вместе с тем абсолютно последователен, обязательно соотносится с другими знаками, вследствие чего и возникает его заразительная сила и доставляемое им коллективное наслаждение.

Тенденцию ярко выраженного «влечения к моде» в современной культуре Ж.Бодрийяр объясняет желанием человечества погрузиться в чистые знаки, в первозданную, непосредственную социальность, упразднить смысл: мода бесконечно разыгрывает коммуникацию, вовлекая ее в игру ничего не сообщающей сигнификации. «Отсюда доставляемое ею эстетическое удовольствие, которое не имеет ничего общего с красотой или безобразием» [2, 181].

Таким образом, в знаках моды не существует никакой внутренней детерминированности, в силу чего они и обретают свободу безграничных подстановок и перестановок,

подчиняясь правилу «безумно-неукоснительной» повторяемости.

«Мода занимает необычайно привилегированное положение, оттого что мир в ней полностью разрешается. Ускорение чистой дифференциальной игры означающих выступает в ней феерически ярко – феерическое головокружение от утраты всякой референции. В этом смысле она представляет собой завершающую форму политической экономии – тот цикл, где отменяется линейный характер товара» [2, 166].

Автор относит феномен моды, регулирующий одежду, тело, бытовые вещи к категории «легких» знаков, отличая ее от сферы «тяжелых» (политика, мораль, экономика, наука, культура), для которой принцип подстановочности не носит столь произвольный характер. Однако, разделение этих двух сфер является чрезвычайно условным и основано лишь на степени «симулятивности», они обе одержимы модой. С точки зрения Ж.Бодрийяра, в моде, как и в коде, означаемые ускользают, а ряды означающего уже никогда не ведут.

Также важно отметить, что мода способна переводить любые формы в состояние бесконечной повторяемости, под ее властью время дробится на прерывистые, взаимоналагающиеся циклы, она «никогда не современна – она играет на повторяемости однажды умерших форм, сохраняя их в виде знаков в некоем вневременном заповеднике. Мода из года в год с величайшей комбинаторной свободой фабрикует «уже бывшее» [2, 169-170].

Обобщая выше изложенное, можно заключить, что в постмодернистском обществе потребление является не столько инструментальной деятельностью, направленной на удовлетворение природных потребностей человека, сколько потреблением символов, вследствие чего основные принципы функционирования модных знаков в современной культурной ситуации имеют определенную специфику:

- мода является вторичной семиологической системой, она возникает на определенной стадии развития сферы знаков, на которой уже нет императива когерентности или референтности;
- в сфере моды производство определенных форм обусловлено не их собственными детерминантами, а наличием модели (формы не производятся, а воспроизводятся, их единственной референцией является сама модель);
- мода циклична, она свободно комбинирует «однажды умершие формы», сохраняя их в виде знаков в некоем вневременном культурном хранилище;

- мода носит импрессионный характер;
- модный знак обладает притягательной силой, провоцируя погрузиться в «чистые знаки» («в первозданную, непосредственную социальность»), реализуя эвфемическую функцию.

Предложенный в статье подход в своем дальнейшем развитии открывает широкие

перспективы для артикуляции феномена моды как системы неомифологических нарративов (связанных с ритуалом их потребления), регулирующей социально-психологическое поведение индивидов.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Барт Р.* Система моды. Статьи по семиотике культуры / Пер. с фр., вступ. ст. и сост. С.Зенкина. – М.: Изд-во им. Сабашниковых, 2003. – 512 с.
2. *Бодрийяр Ж.* Символический обмен и смерть. – М.: Добросвет, 2000. – 387 с.
3. *Гофман А.Б.* Мода и обычай // Рубеж: альманах социальных исследований. – 1992. – Вып. 3. – С. 123-142.
4. *Дебор Г.* Общество спектакля. – М.: Логос (Радек), 2000. – 184 с.
5. *Лотман Ю.М.* Культура и взрыв. – М.: Гнозис, 1992. – 288 с.
6. *Vaudrillard J.* Selected Writings. Stanford: Stanford University Press, 1988. – P. 22.

Стаття надійшла до редакції 10.11.2008 р.

