

А.И. КАЛИСТРАТОВА

МОДА КАК СИМВОЛИЧЕСКАЯ СИСТЕМА ОБЩЕСТВА

Феномен моды рассматривается с точки зрения социальных символических систем. мода представляет собой сплав идеального и материального, характерной формы и оригинальных смыслов, актуальных для эпохи, группы, индивида. Автор выделяет элементы системы (вестема, образ, стиль, дресс-код, тренд), связи между ними (морфологические, синтагматические) по аналогии с символической системой языка. Каждый элемент развивается диахронически и имеет синхронические альтернативы. В качестве ключевых процессов названы устаревание и актуализация, соединённая с деградацией символа со множеством смыслов до знака, имеющего одно актуальное значение. В процессе исторического развития мода проходит путь от множества локальных систем, выражающих идеологию отдельных народов, до социального института, обладающего потенциалом глобальной унификации смыслов и форм. Делается вывод, что мода может быть использована для целенаправленной идеологической экспансии.

Ключевые слова: мода, система, образ, воображение, язык, код

Калистратова Алена Игоревна – заочный аспирант кафедры культуры и психологии предпринимательства факультета социальных наук, Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского. E-mail: belene.kalistratova@yandex.ru

A.I. KALISTRATOVA

FASHION AS A SYMBOLIC SYSTEM OF SOCIETY

The article considers fashion as a social symbolic system. It is characterized as a fusion of physical and ideal, a set of shapes and implications that are relevant for an epoch, a group or an individual. The author introduces such elements of this system as vestema, image, style, dress-code and trend. They build morphologic and syntagmatic connections. Each element develops diachronically and has synchronic alternatives. The key processes in the fashion system are obsolescence and actualization, which is connected with degradation from a symbol with numerous meanings to a sign with one social relevant sense. The fashion system grows historically from a variety of local ideological systems to a social institute that has enough potential to unify senses of different communities globally. The author concludes that fashion can be used for intentional ideological expansion.

Keywords: fashion, system, image, imagination, language, code

Alena I. Kalistratova – postgraduate student at the Department of Culture and Psychology of Business in the Social Sciences Faculty, Nizhny Novgorod State University n.a. N.I. Lobachevsky. E-mail: belene.kalistratova@yandex.ru

мода представляет собой важный социальный феномен, соединяющий эстетическую и идеологическую стороны. Вплоть до Нового времени главной формой его существования для большей части общества являлся народный костюм, имеющий весьма однозначную трактовку как в символизме его отдельных элементов, так и в принадлежности тех или иных его форм для различных слоёв общества. Особой ипостасью моды была демонстративная роскошь, которая могла иметь сакральные коннотации и являлась привилегией элиты. В традиционном обществе мода участвует в формировании границ повседневности: она служит разделению на своих и чужих, норму и отклонение, среднее и элитарное. В Новое время начинается процесс размытия простых и прозрачных символических систем в моде. Массовое производство позволяет

копировать и удешевлять моду, которая во многих своих качествах прежде была доступна лишь элите (процесс коммодификации), что приводит к частичной утрате и серьёзной перестройке социальной коммуникации с помощью моды. В то же время размываются смыслы, которые были присущи традиционному костюму локальных сообществ, перестаёт различаться мода столицы и провинции (глобализация моды). Постмодернизм с его ироничным переосмыслением привычных форм вывел из поля моды разделение на норму и отклонение: образ девианта может оказаться цитатой, а разрушенная форма традиционного предмета – элитарным продуктом. мода как символическая система, служащая адекватной коммуникации в обществе, деформируется. Становится необходимо комплексное, системное понимание это-

го феномена с тем, чтобы выяснить механизмы его влияния на общество, сделать это влияние по возможности предсказуемым, определить риски и потенциалы, которые даёт человеку осознанное взаимодействие с феноменом моды.

Прежде всего, необходимо выделить отправную точку текущего исследования. Мода – это система, которая имеет материальную, процессуальную и идеальную стороны. С точки зрения материального, мода представлена реальными предметами, используемыми человеком в повседневности, а также обширной и разветвлённой инфраструктурой их производства и распространения. При этом происходит устаревание некоторых элементов моды с регулярной, даже плановой заменой одних форм и смыслов другими, что с социологической точки зрения обычно объясняется стимулированием потребительского спроса за счёт эффекта новизны (В. Зомбарт [4], Г. Зиммель [3]) или подражания более успешным (Г. Филд [17], Т. Веблен [2], А. Смит [12]). Однако с точки зрения философии общества наибольший интерес вызывает идеальная сторона моды, так как именно она оказывается избыточной относительно реальных нужд человека и не может объясняться ни меняющимися климатическими условиями, ни полностью зависеть от экономической, политической, социальной обстановки. Идеальная сторона моды лежит вне и над как биологической, так и общественной данности. Именно сплав материального и идеального, который представляет собой мода, позволяя говорить о ней как о системе символической. Каждая новая мода – это не просто механически вводимая форма, а совокупность актуальных смыслов, которые по каким-либо причинам становятся актуальными и общезначимыми в конкретное историческое время и в конкретном историческом пространстве [14].

Для анализа структуры материально-идеальных отношений в системе моды важнейшим является труд Р. Барта «Система моды». Автор проводит кропотливое исследование, соотнося моду как текст (риторическая система), моду как технический рисунок (реальная одежда) и моду как рекламную фотографию (мода как образ). Путём сопоставления текста с визуальным рядом Барт выделяет ключевые элементы, которые делают обычную одежду модной, а также определяет условия, благодаря которым модная функция одежды реализуется. Автор вводит систему «объект-суппорт-вариант», которая показывает, почему для моды не обязательна радикальная смена форм. В качестве

объекта он выделяет 60 родовых понятий предметов одежды, которые становятся модными благодаря акцентированию определённого свойства (*варианту суппорта* – одной из деталей или характеристик. Важнейшим итогом проделанной работы становится следующий вывод: мода это не радикально новая форма, а синтагма сродни языковому предложению, в которой традиционная и общеизвестная основа приобретает один или несколько новых компонентов. Компонент, который имеет наибольшую смысловую нагрузку в этой синтагме, Барт называет *вестемой* по аналогии с языковыми морфемами [1, с. 16].

Также Р. Барт анализирует структуру моды в узком аспекте мифологии, которая вводится рекламной и журналами. При этом мода как миф выглядит произвольно конструируемой, манипулятивной по отношению к человеку, в целом поверхностным и даже отчасти вредоносным. Так, в частности, Барт говорит, что модная игра фиктивна – она не несёт никаких новых смыслов для человека. Также он затрагивает проблему идентичности человека: мода как рекламный миф ставит её под вопрос, предлагая изобилие выбора ролевых моделей, противостоять которому может либо человек с сильной идентичностью, либо некая мифически идеальная личность, которая настолько гибка, что свободно перемещается из одной предложенной роли в другую [1, с. 136]. Этот взгляд в целом характерен для времени и среды, в котором был написан текст «Системы моды» – он относится к ряду текстов, которые разоблачают общество потребления. Однако метод, разработанный Бартом, позволяет анализировать не только моду в узком смысле, как миф общества потребления, но и моду в смысле широком, как феномен, служащий своеобразным хранилищем образов и смыслов, значимых для общества.

При этом вестема из варианта, которым Барт с известной долей осторожности обозначал веские для моды изменения в традиционной основе одежды, объекте, превращается в минимальную смысловую единицу. Она вводит однозначную смысловую нагрузку на уровне бинарных оппозиций («мужское/женское», «будни/праздник», «молодой/зрелый» [1, с. 16]). Барт Р. выделяет девять категорий вариантов-вестем (идентичности, конфигурации, материи, меры, непрерывности, положения, распределения, соединения, степени). Их парадигмальное противопоставление позволяет производить кодирование социальной данности или субъек-

ективной реальности в образе. Под образом подразумевается отражённая, осмысленная и творчески преображённая социальная данность, которая сублимируется в виде человека социального типа или яркой индивидуальности.

Образ формируется из вестем, образующих морфологические связи. Поскольку каждая вестема несёт смысловую нагрузку сама по себе, их совокупность образует новое смысловое единство, значение которого меняется при замене одного элемента другим. Таким образом, можно оспорить популярный в обыденности тезис о том, что мода возвращается. Исторически сложившиеся образы – это смысловые единства, которые не могут повториться в том же виде, поскольку ради актуализации заложённых в них смыслов необходима замена вестем в связи с новыми представлениями о повседневности.

Необходимо также отметить, что мода определённого исторического времени включает в себя неизмеримо больше, чем один образ (даже если речь идёт об образе как отражении социального типа). Все варианты, которые Р. Барт выделил в структурном аспекте моды, не могут реализоваться одновременно: сам автор отмечает, что само по себе сочетание всех выделенных им родовых категорий, суппортов и вариантов даёт неизмеримое множество сочетаний, реализующихся в моде лишь в определённых ограниченных количествах [1, с. 67]. Уже на этом этапе образ как максимальный структурный элемент моды кажется недостаточным. Предлагается экстраполировать из эстетики понятие *стиля* как способа социального бытия, имеющего соответствующий тип производства и эстетического выражения. Под стилем в рамках данного исследования предлагается понимать моду, локализованную в определённом социальном времени и пространстве. Его парадигму составляют образы, типичные в текущих социальных условиях. Конкуренция стилей трактуется в качестве одной из движущих сил моды в искусствоведении [14], однако эта конкуренция происходит не только на уровне формы, но и на уровне смыслов, которые оспариваются и уточняются в процессе развития моды.

Структура системы характеризуется неравномерной значимостью элементов. Прежде всего речь идёт о постепенном обновлении визуальной стороны моды при исключении из её ядра одних элементов и их замены другими. Далее необходимо обратить внимание на условия соответствия и рассогласования материальной и идеальной стороны моды.

Здесь структурные связи между элементами системы можно рассматривать в синхроническом и диахроническом направлении. Первое подразумевает вопрос о соответствии смысловой и материальной стороны стилей как структурного подразделения моды в различные эпохи, второе – в один и тот же исторический момент, но между стилями различных сообществ.

В историческом аспекте из языка в моду можно экстраполировать три ключевых процесса. Смена материального образа моды при сохранении присущих им социальных смыслов ведёт к исторической смене стилей (локализованных во времени мод). Отмирание смысловой стороны некоторых элементов моды, которые могут сохранять отголоски прежней формы, но уже не имеют общезначимого идеального наполнения, определяется как процесс *архаизации* этих элементов. Формы моды, которые приобрели устойчивое материальное выражение, однако ещё не обладают общедоступными смыслами, можно назвать *неоморфизмами* по аналогии с лингвистическими неологизмами.

В диахроническом аспекте стоит вопрос о структурном соответствии стилей различных сообществ как структурных подразделений моды. По признаку наличия смыслового соответствия в одной символической системе по отношению к другой при отсутствии формального возникают *экзотизмы*. При отсутствии смыслового соответствия, вне зависимости от наличия материально сходного элемента моды или его отсутствия, появляются *лакуны*. Наконец глобализацию с этой точки зрения можно понимать как процесс приведения в соответствие материальной и идеальной стороны моды как символической системы в синхроническом аспекте.

Помимо этого мода способствует осмыслению маргинальных областей социального бытия, снятию напряжения (страха) перед ними в карнавальной форме и, как следствие, превращения «чужого» в «свое» с последующим присоединением результатов этого творческого переосмысления к области социальной нормы в переработанном, смягчённом, приемлемом для общества виде. В одной из ранее опубликованных статей мы разбирали миграцию смысловых элементов моды из области символов, общезначимых для культуры и обладающих многозначностью толкования, до знаков, которые теряют смысловую нагрузку вплоть до полной однозначности, однако при этом по-

лучают возможность массового распространения в повседневности [5].

Анализ функционального аспекта моды позволяет окончательно разграничить моду как *систему общества* потребления, которую препарирует Р. Барт, и *моды как символической системы общества*. Функциональный аспект системы моды в различных работах насчитывает множество пунктов. Рассматривая функции моды как социальной системы, Д. Раева выделяет шесть основных: коммуникативную, формирования унификации и разнообразия в культурных образцах, инновационную, социальной дифференциации и нивелирования, социализации, психологической разрядки [10, с. 115-161]. Социолог И. Шмерлина предлагает шесть явных, основанных на социальном взаимодействии, и восемь латентных функций моды, основанных на психологических потребностях человека. Среди явных функций названы защита от внешней среды, регулирование сексуальности, идентификация на уровне общества, социальное маркирование, демонстративная функция, функция самовыражения. Под латентными подразумеваются удовлетворение неявных, бессознательных потребностей человека в выживании, репродукция, коммуникация, социальная интеграция, внутрисистемная дифференциация, семиологическое освоение и умножение мира, потребность в самопознании, потребность в новизне. При этом с реализацией одной явной функции могут удовлетворяться несколько латентных потребностей [15, с. 15]. С точки зрения моды как феноменального выражения внутреннего мира человека, выделяют следующие её проявления: вкус как проявление социальной личности человека, разделение и соединение индивидов в группы посредством костюма, игровая функция одежды как реализация ключевого для эстетики кантовского модуса «как если бы».

Анализ разнообразия этих списков показывает, что функции моды в обществе в целом сводятся к трём большим группам, внутри которых можно бесконечно уточнять и дробить их. Во-первых, это функция связи человека с реальностью: физическая защита, маскировка и т.п. Во-вторых, это коммуникативная функция, которая включает любые формы социального взаимодействия через одежду. В-третьих, функция воображаемого, благодаря которой становятся возможными как творческое переосмысление и преобразование социальной реальности, так и преобразование собственного Я индивида.

Однако символический потенциал моды на уровне простого взаимодействия с реальностью не важен, поэтому главный интерес представляет его функционирование на втором и третьем уровнях.

При том, что коммуникативная функция моды осуществляется только при наборе форм и смыслов, которые могут быть связаны друг с другом однозначно и без потери информации, второй уровень представляется символически унифицированным и инертным. В противоположность ему уровень воображаемого в моде представляет собой множество индивидуальных смыслов, которые реализуются как ещё не совершившееся, но возможное в настоящем. Здесь речь идёт о моде как игре, служащей для смыслового освоения мира и его преумножения в индивидуальном творчестве. При этом уровень воображаемого весьма подвижен, он быстро реагирует на меняющуюся социальную реальность, отражает её в переработанном виде, в качестве субъективной реакции на объективную данность. Некоторые смыслы, возникающие в процессе этой игры и наиболее типичные для конкретного исторического времени, входят в коммуникативное ядро повседневности и становятся частью общезначимой символической системы моды.

Системно-коммуникационный аспект рассмотрения моды как символической системы общества выявляет следующее. Несмотря на то, что элементы моды несут смысловую нагрузку, начиная с уровня вестем, мода представляет собой систему открытую с обилием связей, позволяющих ей развиваться через взаимодействие, с одной стороны, с искусством как символической системой, аккумулирующей важнейшие смыслы общества на каждом этапе своего существования, что служит принципиальной основой возможности развития моды, которую можно интерпретировать как область деятельности человека на периферии искусства, а с другой – с языком как символической системой, позволяющей «переводить» недо конца освоенные смысловые единицы моды в область общедоступного кода и этим способствовать массовому распространению моды, позволяя ей состояться как общественному явлению. Мода и язык – две взаимопроникающие, но при этом разные символические системы. И они обе отражают структуру повседневности через парадигму бинарных оппозиций. В моде это, прежде всего, «день/вечер», «будни/праздник», «личное/публичное» [13].

Уникальность символической системы моды состоит в большей, чем у языка,

ориентации на чувственность, но в то же время большей, чем у искусства, ориентации на коммуникативность. Мода находится между искусством и языком, соединяя одно и другое. Благодаря чувственности как неотъемлемому качеству мода как символическая система получает способность к глобальному распространению вне зависимости от языковых границ и культурных традиций. Формальное подражание порождает усвоение смыслов, актуализация смыслов – необходимость формального соответствия. Исторически мода как система проходит путь от множества традиционных локальных систем до глобального социального института к середине XIX в. [8]. Этот скачок характеризуется тремя ключевыми изменениями. Во-первых, в силу удешевления массового производства и перераспределения ресурсов мода становится надклассовой: формы моды унифицируются для «низов» и «верхов». Во-вторых, эта доступность форм сопровождается оперативной кодификацией изменяющихся правил моды, сложившимся механизмом их фиксации и распространения. В-третьих, мода вводит собственные годовые ритмы, которые влияют на жизнь всего общества и служат одной из временных координатных систем повседневности.

Таким образом, можно сделать вывод, что цель символической системы моды, её идеальное воплощение состоит в глобальной унификации образных систем, что в настоящее время наблюдается в процессе распада и деградации традиционных культур при глобализации. При этом традиционные системы моды интенсивны: если формально мода не меняется годами, человек вынужден приводить своё состояние и смыслы в соответствие с этой символической системой. Современная капиталистическая система моды экстенсивна: предоставляя разнообразие стилей человеку, она даёт ему делать выбор в пользу нескольких смысловых паттернов. При этом основной выбор происходит между локальной и глобальной культурой, что позволяет моде постепенно осуществлять свою идеальную цель. Растворение традиционных культур в глобальной как следствие добровольного выбора человека новых форм моды иллюстрирует, что мода может использоваться как для

открытой, так и для латентной идеологической экспансии, что, безусловно, заслуживает дальнейшего изучения вопроса.

Список литературы

1. Барт Р. Система моды. Статьи по семиотике культуры. – М.: Изд-во им. Сабашниковых. – 2003. – 512 с.
2. Веблен Т. Теория праздного класса. – М.: Прогресс, 1984. – 367 с.
3. Зиммель Г. Мода / Г. Зиммель. Избранное. Т. 2. Созерцание жизни. – М.: Юрист, 1996. – С. 272-273.
4. Зомбарт В. Народное хозяйство и мода / В. Зомбарт. Избранные сочинения. – М.: Территория будущего, 2005. – 344 с. – С. 305-339.
5. Калистратова А.И. Жизненный цикл символа в популярной культуре: прикладной аспект в анализе и прогнозировании производства форм материальных артефактов // Вопросы культурологии. – 2015. – № 11. – С. 29-33.
6. Килошенко М.М. Психология моды. – СПб: Питер. – 2014. – 320 с.
7. Конева А.В. Мода как феномен социального воображения / А.В. Конева. Дис.... докт. культурологии: 24.00.01. – СПб., 2013. – С. 292-347.
8. Михалева К.Ю. Мода как социальный институт / К.Ю. Михалева: дис. ... канд. соц. наук: 22.00.04. – М.: МГУ им. Ломоносова, 2012. – 214 с.
9. Павловский А.И. Понимание общества в онтологии феноменализма // Известия Алтайского государственного университета. – 2004. – № 2-2(82). – С. 259-263.
10. Раева Д.М. Социокультурный анализ советской моды 20-30-х гг. XX века. / Д.М. Раева: дис. канд. филос. наук: 24.00.01. – Н. Новгород: НГПУ им. К. Минина, 2007. – 175 с.
11. Розенберг Н.В. Динамические дуальности культуры повседневности // Аналитика культурологии. – 2012. – № 23. – С. 106-114.
12. Смит А. Теория нравственных чувств. – М: Республика, 1997. – 351 с.
13. Фролова С.М. Мода и язык как институциональные составляющие повседневности // Известия Саратовского государственного университета. Новая серия. Серия: Философия. Психология. Педагогика. – 2013. – Т. 13, № 3-1. – С. 44-49.
14. Холландер Э. Взгляд сквозь одежду. – М.: Новое литературное обозрение, 2015. – 576 с.
15. Шмерлина И.А. Плывущий мир моды // Социальная реальность. – 2006. – № 12. – С. 7-25.
16. Blumer H. Fashion: From Class Differentiation to Collective Selection // Sociological Quarterly. – 1969. – № 10. – P. 275-291.
17. Field G.A. The Status Float Phenomenon: The Upward Diffusion of Innovation // Business Horizons. – 1970. – Vol. 13(4). – P. 45-52.