

Лагода О. Н.,  
канд. искусствоведения,  
доцент  
Черкасский государствен-  
ный технологический  
университет,  
Украина

Участник конференции,  
Национального первенства  
по научной аналитике

## «КРАСНОРЕЧИВОСТЬ» И «КОСНОЯЗЫЧНОСТЬ» ПРОЯВЛЕНИЙ МОДЫ: НАРРАТОЛОГИЧЕСКОЕ ИЗМЕРЕНИЕ

*В публикации анализируется относительность в описании (прочтении) модного костюма по его изображению, благодаря которой формируются отличительные значения, смыслы, фрагментарность образных решений, нарративы.*

**Ключевые слова:** одежда, костюм, модный образ, мода, нарратив.

*Description of fashionable suit on his image is conditional. It gives an opportunity to create different senses, values, fashionable images, characters, narrative.*

**Keywords:** clothes, costume, fashionable images, fashion, narrative.

Переоценка моды как сферы гуманитарных исследований, научная разработка концепции моды в наиболее актуальных измерениях, одним из которых является нарратологическое, становится все более востребованной [1]. В этом контексте, прежде всего, интерес представляет, визуализация модных образов и одежды. Визуализация – это, очевидно, наиболее интересное направление, предмет анализа в котором составляют образы моды, представленные в рекламе, каталогах, фотографиях и иллюстрации, в фильмах. Многие исследователи опираются именно на образы моды, а не на материальные объекты – одежду и ее дополнения. При этом ими рассматриваются такие проблемные вопросы, как: связь между одеждой и ее изображением – степень стилизации, каким образом они влияют друг на друга; воздействие визуального образа-посредника на восприятие одежды; способы презентации одежды; анализируется, какие из визуальных образов моды наиболее часто воссоздаются? Исследование этих вопросов предполагает, прежде всего, выявление характерно-узнаваемых элементов образов костюма, а также их значений в истории и культуре. Практически все исследования, отображая концептуальный подход, в своей основе имеют установку на интердисциплинарность.

Специалисты, углубляясь в прошлое истории одежды и костюма, чтобы найти объяснение закономерностям и повторяющимся колебаниям, и расшифровать культурные значения различных элементов одежды, активно используют живописные полотна художников, иллюстрации в журналах мод и те описания одеж-

ды, которые можно прочесть в романах, поэтических и иных литературных свидетельствах. Специальных источников, описывающих сферу моды до XVIII века, практически не сохранилось. А это, в свою очередь, позволяет говорить о том, что любая из историй костюма и моды, в «исполнении» того или иного автора, несет в себе определенную долю относительной достоверности. Описательность костюма, как присущая ему характеристика, в то же время, – многогранная, многозвучная, полифоническая черта, инспирированная креативностью, чувствительностью и эмоциональным переживанием отдельно взятого человека. Этот человек – то ли автор костюма, его носитель, или же художник, его изобразивший, – это рассказчик, индивидуальность которого воспроизводится как своеобразная наррация в отношении костюма. Создание нарратива, цель которого определяется, прежде всего, исторической, этнической, социальной, культурной или любой иной идентификацией [2], имеет не просто относительно-индивидуалистический характер достоверности, но и окрашено определенной метафоричностью в изложении, в повествовании о проявлениях моды. Метафоричность же нарративов указывает на возможность присутствия в них иносказательности, которая может проявляться как в «красноречивости», так и в «косноязычности» моды. Красноречие, как искусство повествования, мастерство изложения событий, и косноязычность, как отсутствие подобного мастерства, перцептивны и имеют сенсуальный, т.е. чувственный подтекст. В различные исторические периоды относительно модных проявлений в одежде

они поочередно актуализируются: скажем, на уровне противопоставлений изысканного безвкучному и вульгарному. Иными словами, являются «двумя сторонами одной медали».

Мода, как искусственно созданное «яркое символическое выражение» [3, 55-56], порождает фрагментарные образы костюма, человека и его тела. Их «поэтика отчужденной телесности» проецируется, прежде всего, в изображении на полотнах, в иллюстрации и фотографии моды. Таким образом, создается визуальная история костюма и моды, нарративы которой соотносимы с общедоступными и общепонятными значениями вещей, их образов в культуре. Символическая же ценность вещей, как и костюма в целом, актуализируется за счет того, что человек с помощью таких символов выражает свою идентичность. «... Дизайнеры моды, ..., используют роль авторитетов и вырабатывают общепризнанный стандарт эстетики внешнего вида» [3, 92]. Модельеры – это субъекты индустрии моды, задание которой, по словам Ж. Липовецки, – «...волшебное производство соблазнительных образов», которые, чередуясь, заменяют и подменяют друг друга. Мода – это не просто изменения, но «институционализованные и систематические изменения, привносимые теми, кто наделен соответствующей властью и авторитетом». Она во многом является результатом «длиннейшей цепочки отдельных субъективных решений, которые принимают связанные друг с другом люди, работающие в разных нишах индустрии моды» [3, 80-81]. В этом смысле очень показательна деятельность известного трендсеттера современности

Ли Эделькорт, роль которой в прогнозировании и формировании будущих тенденций моды неоспорима [4; 5]. Прогнозирование моды в последнее время стало не только направлением успешной коммерческой деятельности, но и попало в поле зрения академических ученых [6]. Концептуальные представления в «trendbooks» формируют определенные нарративы – тематические истории, которые позже дизайнерами интерпретируются в их авторских проектах, а потребителями – воспринимаются на индивидуальном субъективном уровне в соответствии с их потребностями.

Естественная витальность моды, основываясь на указанной субъективности, не фиксирована и не статична. Поскольку модные значения определяются тем контекстом, в котором употребляются, одна и та же вещь в зависимости от такого контекста наделяется отличительным нарративом. Сопоставление нарративов вещи в различных контекстах демонстрирует не только выраженную иносказательность, но и, в отдельных случаях, алогичность и непоследовательность вымыслов, инсинуации привычных значений. Чувствительность человека к вымыслу, способность создания новых вымыслов и их интерпретаций – это, возможно, наиболее приемлемая форма, наделенная различной степенью художественности и нарративности, благодаря которой человечество транслирует и совершенствует свой культурный опыт, в одежде и моде в частности. Перформативное измерение нарративов открывает возможность их использования, как в общекультурном пространстве, так и в рамках исследовательских дисциплин для формирования и продвижения вполне определенных образа человека, культуры, истории. В связи с этим не случаен тот пристальный интерес, который вызывает к себе повествование и в качестве самостоятельного объекта исследования, и в качестве формы организации социально-гуманитарных исследований. Однако, вопрос о том, в какой степени увлеченность нарративами, как формами познания, как социаль-

ным и культурным механизмом и пр., связана с результатами конкретной дисциплины нарратологии, остается открытым.

Аналитическими компонентами нарратологии признаны сюжет, голос, время, точка зрения, персонаж и роль. Предметом являются фундаментальные принципы повествования, задающие его способность обладать значением, т.е. феномен нарративности. Нарратив, повествование – это результат процесса его рассказывания, как процесса нарративизации. В отношении модной одежды – это и процесс ее создания, и процесс отображения (визуализация в гравюре, живописи, иллюстрации), и процесс потребления как модной вещи или комплекса вещей (реклама, ношение). Получается своеобразный нарратив о нарративе – некая форма, нагруженная культурологическим, эстетическим смыслом, т.е. форма содержательная. Анализ указанной последовательности соотносим с тезисом «от знака к фразе, от фразы к тексту, и от текста ко множеству практик означения» [6] и отображает то направление, в котором и развиваются гуманитарные дисциплины.

Рассматривая моду в целом и одежду в частности Патриция Калефато – вице-президент Итальянского семиотического общества, – пишет о ней как о способе массовой коммуникации, средстве выражения определенного отношения человека к окружающему его миру. Однако, соглашается с субъективностью такого подхода, поскольку «ценность моды, диктуемая вкусом, измеряется в простых терминах «модный – не модный», без всякой связи с функциональностью, объективностью или практичностью...» [7]. Исследуя разные аспекты общения посредством моды, П. Калефато сопоставляет традиционный национальный костюм и модный костюм, как язык и речь в понимании Ф. де Соссюра. Рассматривая одежду как текст в широком смысле слова, Калефато исследует моду и стиль в терминах цитации, интертекстуальности и нарратии. «Конкретный образ в ее понимании реализуется в системе интенциональных знаков, основанных на проти-

воречии между содержанием и формой, между сообщением (т.е. конкретным материалом) и медиумом (т.е. стилем)» [8]. Анализ этой книги лишь подчеркивает своевременность обращения к исследованиям моды и культуры одежды в их различных проявлениях с позиций нарратологии.

Отрадно думать, что интересующие нас вопросы актуальны и для ученых, живущих в других далеких городах, странах и даже континентах. Вот и вышедшая не так давно книга Г.Н. Лола «Дизайн-код: культура креатива» раскрывает своеобразное отношение автора к дизайнерской практике. Г.Н. Лола в частности пишет: «...дизайн – это коммуникативная практика, продуктом которой является послание, воплощенное в объекте, а целью – произведение впечатления у пользователя... если так подходить к дизайну, основным окажется вопрос – каким образом создается продукт, способный произвести впечатление. Чтобы ответить на него, я ввела понятие нарративного кокона, позволяющее проследить процесс конструирования коммуникативного ресурса дизайн-продукта. Методология такого конструирования, названная мною дизайн-кодом нарративного кокона, дает возможность концептуализировать дизайнерский креатив на всех этапах: разработки замысла, видения образа, воплощения его в объекте и представления в коммуникативном пространстве» [10]. Таким образом, имеем уже и методологию, в которую модный костюм, как дизайн-продукт, вписывается естественно и органично. И даже ассоциативный ряд с «нарративным коконом», описанный выше, вполне соотносим.

Проблематизация ригидного эталона красоты, соответствующего мировым тенденциям моды, указывает те характеристики «повествования» – костюма, его изображения, – которые ему свойственны «всегда» и поэтому есть коконом. Нарративы же выступают, как ключевой способ придать смысл человеческим действиям и отличить их от просто физических движений. Отличать сферу действий от сферы физического дви-

жения позволяют понятия, образующие определенную повествовательную схему. Тем самым они играют связующую роль, объединяя несвязанные и независимые элементы существования как связанные части целого. Усвоив структуру и функционирование нарратива в качестве своеобразного кокона, получаем возможность куда больше видеть и понимать в современном теоретическом знании, повседневности, искусстве. Понятно, что в этом отношении особенно важны увлекательные примеры и личностные образцы. Это, в свою очередь, акцентирует роль гляцевых журналов в распространении моды. Представленные в них сюжеты, как мера нарративности художественных (красноречивых) и документальных (косноязычных) изображений, фотографий, сочетание игр реальности и вымысла, персональное отношение, нарративный потенциал, изложенный глубоко увлеченным своим делом человеком, – все это порождает серьезный интерес, указывая пути дальнейших исследований.

## Литература:

1. Современные стратегии исследований костюма: нарратологическое измерение [эл. ресурс: [www.icp-ua.com](http://www.icp-ua.com)] / “Dynamics of human intelligence evolution, moral and aesthetic world perception and artistic creation” materials digest of the XIIIth International Scientific and Practical Conference (Kiev, London, November, 2011). – С. 52-54.
2. Одежда – «внешняя» форма нарратива самоидентичности (Clothes – the “external” Form of a self-identity Narrative) / V Междунар. Конференция «Язык, Личность и Общество в современном мире» (сентябрь 2011, Болгария) // Journal of International Scientific Publications: Language, Individual & Society, Volume 5, Part 2. s. 71-83 / ISSN 1313-2547 Published at: <http://www.science-journals.eu>
3. Кавамура, Ю. Теория и практика создания моды / Юниция Кавамура ; пер. с англ. А.Н. Поплавская ; науч. ред. А.В. Лебсак-Клейманс. – Минск : Гревцов Паблишер, 2009. – 192 с.

4. Ли Эделькорт и ее проекты [электронный ресурс] / Режим доступа: [http://creapro.com.ua/represent/trend\\_union\\_li\\_edelkoort/](http://creapro.com.ua/represent/trend_union_li_edelkoort/)
5. Известный трендсеттер Ли Эделькорт [электронный ресурс] / Режим доступа: <http://trend-review.livjournal.com/78719.html>
6. Brannon E. Fashion Forecasting. Fairchild Publication. N.Y., 2005; 2006.
7. Трубина Е.Г. Нарратология: основы, проблемы, перспективы. М-лы к специальному курсу [эл. ресурс]// Режим доступа: <http://csp.philos.usu.ru/usu/opencms/ru/courses/narratology.html>
8. Calefato, Patricia. The Clothed Body / P. Calefato. Oxford; N.Y. : Berg, 2004. – 224 p.
9. Идлис Ю. Голый человек под одеждой / Юлия Идлис // Теория моды: Одежда. Тело. Культура. – М. : Новое литературное обозрение. – Осень (№ 5) 2007. – С. 297-303.
10. Лола Г.Н. Дизайн-код: культура креатива / Г.Н. Лола. – СПб. : Элмор, 2011. – 140 с.

