

Система моды: историко-семиотический анализ и гендерно-социальные импликации

К. С. Шаров

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ М. В. ЛОМОНОСОВА

Аннотация. В статье проанализирована мода в одежде как социо-семиотический феномен, который может выступать инструментом социальных трансформаций, включая конструирование и изменение систем гендерных социальных ролей, а также формирование структур социальной власти. Проведен историко-семиотический анализ моды: рассмотрены и систематизированы различные исторические типы моды и установлены основные семиотические механизмы их воздействия на общественное мнение и социальные группы, а также проанализированы группы знаков, генерируемых каждым типом. Утверждается, что до эпохи модерна мода в одежде представляла собой преимущественно женский проект и использовалась женщинами для создания собственных социальных статусов, в то время как начиная с эпохи модерна женское утеряло иницирующую семиотическую силу в моде. Показано, что мода в одежде может являться эффективным инструментом создания и воспроизводства гендерных культурных и поведенческих стереотипов, а через них модельеры воздействуют на структуру гендерных социальных ролей и статусов. Основная дихотомия типов моды – «естественная мода» и «искусственная мода». Естественная мода соответствовала создаваемой женщинами семиотической структуре моды и символическому лидерству силы женского, которое много тысяч

Шаров К. С. Система моды: историко-семиотический анализ и гендерно-социальные импликации // Критика и семиотика. 2019. № 1. С. 198–219.

ISSN 2307-1737. Критика и семиотика. 2019. № 1
© К. С. Шаров, 2019

лет со времен древнего матриархата господствовало в культуре. Продемонстрировано, что естественная мода на протяжении длительного исторического периода являлась одним из инструментов создания феминных и маскулинных гендерных социальных ролей и последующей кодификации их в качестве социальных статусов. Предложена гипотеза, согласно которой в современности происходит не освобождение, раскрепощение и снятие женщиной с себя всяких запретов в области одежды и имиджа, а контроль глобальных кодов консюмеризма и массового потребления, транслируемых с помощью масс-медиа, над символической силой женского в сфере создания моды как искусственного языка, обладающего силой социальных трансформаций. Подчеркивается роль постмодернистской моды как одного из факторов инициирования сексуальной революции семидесятых годов. Высказывается идея, что особенностью современной (пост-постмодернистской) моды является псевдосоциальность, генерация симулякров гендерных социальных процессов и ролей. Семиотическое в современной глобальной моде обладает особенностью радикализированной повторяемости. Проанализирован феномен глобальной моды в современном мире. Глобализация моды привела к тому, что матричный код всеобщей глобальной моды становится генератором симулякров, порождает ускользающие означаемые и ряды означающих, которые никуда не ведут.

Ключевые слова: мода, знаки моды, язык моды, лингвистика моды, исторические типы моды, гендерные статусы, гендерные роли, социальный инструмент, социальные трансформации

УДК 391 + 392.6

DOI 10.25205/2307-1737-2019-1-198-219

Контактная информация: Шаров Константин Сергеевич, кандидат философских наук, старший преподаватель Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова (Ломоносовский пр., 27, корп. 4, Москва, 119991, ГСП-1, Россия, const.sharov@mail.ru)

Введение

В настоящей статье предлагаю проанализировать моду в одежде как социальный феномен – инструмент создания и воспроизводства гендерных культурных и поведенческих стереотипов. В этом контексте саму моду я буду понимать как в лингвистическом ключе (определенный язык), так и в инструментальном ключе (фактор социальных трансформаций и инструмент создания либо трансформации гендерных социальных ролей). Основная методология, используемая в исследовании, – семиотический анализ.

В статье я буду говорить о двух принципиально различающихся типах моды: *modus naturalis* (естественная мода) и *modus artificialis* (искусственная мода). Дадим первоначальные определения.

На протяжении истории своего развития вплоть до постмодерна, когда появилось понятие одежды «унисекс», женская и мужская мода сильно различалась. Женская мода исторического прошлого представляла собой особый тип моды, который в пределе стремился к атемпоральности, устраняя безумную сменяемость моделей, существующих только в настоящем времени. Назовем этот тип моды *modus naturalis* – естественным стилем (естественной модой¹). Моду современности назовем *modus artificialis* – искусственным стилем. Если *modus naturalis*, характеризующаяся *временем памяти* [Barthes, 2014, p. 330], основана на коллекционировании и включает его как непосредственную составную часть своей структуры, то *modus artificialis*, которой не соответствует ни историческая память, ни преемственность стилей, принципиально не приемлет никаких коллекций. В искусственном стиле новая мода отменяет старую через некоторый промежуток времени по принципу «вендетты», чтобы вскоре недиалектически уступить место следующему витку моды [Pegot, 1961]. Современному потребителю искусственной моды незачем помнить о моде предшествующего временного промежутка, более того, если он об этом вспомнит, то покажется всем (и будет объявлен) ретроградом и консерватором.

Чаще всего темпоральность *modus artificialis* соответствует временному интервалу, равному году, и более коротким периодам продолжительностью в сезон, в то время как естественная мода менялась значительно реже (десятки, сотни и иногда даже тысячи лет), причем изменения последней были обусловлены социальными факторами в большей мере, чем какой-либо традицией. Это объясняет тот парадокс, что мода предшествующих исторических периодов подчиняется временной обусловленности (хотя бы внутри определенной эпохи), а современная мода постмодерна из-за своей беспорядочности, анархичности стилей и направлений не может быть семиотически выведена ни из какой другой исторической эпохи.

Переход от одного типа моды к другому

Известный философ и социолог моды А. Кребер утверждал, что история социума не влияет на процесс моды, разве что слегка ускоряет некоторые изменения в случае крупных исторических потрясений [Kröber, Richardson, 1940]. Полагаю, такое утверждение справедливо только в одну сторону, поскольку обратное влияние моды на социум может быть сколь

¹ Латинское слово *modus*, конечно, может означать моду, однако это будет некоторым анахронизмом, поскольку непосредственно в латинском языке одним из его значений всегда был стиль, а французское слово *mode*, обозначающее моду, может быть связано с латинским предшественником только опосредованно.

угодно велико. Например, *modus naturalis* всегда была непосредственно связана с социальной сферой: женщина конструировала женскую и мужскую моду, а через нее – реальность. Таким образом, получается, что в историческом прошлом именно женская мода представляла собой естественное направление, в то время как мужская мода, будучи воображенной и сформированной женщинами, относилась к *modus artificialis*.

Это положение дел, слишком тягостное для мужского пола, должно было когда-то завершиться, необходим был гендерный переворот в области моды, который сверг бы женщину с ее пьедестала перманентного идеолога и разработчика моды. Постепенным завершением описанного состояния ознаменована вторая половина XIX – начало XX в. – тот период, когда мужчина перевел естественную женскую моду в искусственное русло и сделал ее разновидностью новой гендерной политики. Эта политика подготовила культурные и социальные основы постмодернистского переворота в сфере моды – радикального изменения направления гендерного вектора. Если не понять особенностей данного подготовительного этапа, останутся непонятными и последствия для моды сексуальной революции шестидесятых-семидесятых.

Данный переход от одного типа моды к другому никому не бросился в глаза и никого из женщин не шокировал, поскольку он осуществлялся плавно и исподволь. Прежде всего, мужчина, используя модельерские технологии, создал оппозицию модной и немодной женщины – противостояние, которое в будущем должно было устранить одну из привилегий женского – изысканность. До изобретения и разработки мужчинами женской *modus artificialis* изысканность значила для женщины гораздо больше, чем приверженность моде. Изысканная женщина всегда умела с помощью скромных по объему, зато обладающих большой силой семиотических способов выделиться из толпы, стать яркой индивидуальностью. Для изысканной женщины ее сущность носила как социальный, так и этический характер: она не проводила оппозицию высшего класса низшему (хотя, конечно, нельзя отрицать, что изысканность в большей степени была присуща аристократкам, потом буржуа, а потом уже женщинам из классов, более низких в социальной иерархии [Chombart de Lauwe, 1956, p. 38]), а создавала дуализм опошленного и возвышенного, соотнося первое с массой, а второе – с самой собой. Для женщины утонченная индивидуальность была не абстрактной идеей, а вполне конкретной реализацией собственной личности, освобожденной от сравнения с кем бы то ни было, так что в пределе утонченная женщина предъявляла свой костюм не публике, а себе, делая свою сущность некоторым семиотическим зеркалом.

С феноменом изысканности женщины связана проблема адресности ее одежды. Ввиду этого, полагаю, целесообразно будет пересмотреть устоявшуюся точку зрения на конечного реципиента аффективной составляющей допостмодернистской женской моды. Вопрос в следующем: ради кого

женщина наряжается? Не *для чего*, а *ради кого* – здесь большая разница. В современности, когда часто устраняются гендерные различия в культуре, ответить на него правильно становится достаточно сложно. Не улучшает дела и феминизм: феминистские исследователи признают только, что женщина *одевается*, но факт, что она еще может ради кого-то и *наряжаться*, т. е. использовать моду чисто семиотически, не представляет интереса для феминистского дискурса, поскольку если женщина наряжается, то с точки зрения феминизма это потенциально отбрасывает ее к стадии патриархата (см., например: [Жеребкина, 2001]). Тем не менее, из поставленного вопроса аналитически не выводится референция на патриархальные отношения, а ответ на него начинает подразумеваться в романтической литературе.

Например, Джейн Остен в романе «Нортенгерское аббатство» затрагивает этот вопрос, описывая наряды своей героини Кэтрин Морланд:

Утро целиком ответило ее ожиданиям, а с завтрашним днем связывались надежды на новые радости. Главной ее заботой теперь сделался выбор платья и прически для предстоящего бала. Увы, в этом она не заслуживала оправдания. Одежда – это суета сует, и чрезмерное к ней внимание нередко производит обратное действие. Кэтрин могла прочно усвоить эту истину – ее двоюродная бабушка сделала ей соответствующее наставление только в прошлое Рождество. И все же, лежа в постели в среду ночью, она не засыпала целых десять минут, не зная, какому платью отдать предпочтение – вышитому или в крапинку, – и только недостаток времени помешал ей заказать для бала новый наряд.

Она совершила бы при этом не малую, хотя весьма распространенную ошибку, предостережь от которой ее с большим успехом мог бы представить друг другого пола, нежели собственного, скорее брат, нежели двоюродная бабушка, ибо только мужчине известно, насколько мужчины нечувствительны к новым женским нарядам.

Многие леди были бы уязвлены в своих чувствах, если бы поняли, насколько мужское сердце невосприимчиво ко всему новому и дорогому в их убранстве, как мало на него действует дороговизна ткани и в какой мере оно равнодушно к крапинкам или полоскам на кисее или муслине. Женщина наряжается только для собственного удовольствия. Никакой мужчина благодаря этому не станет ею больше восхищаться, и никакая женщина не почувствует к ней большего расположения. Опрятность и изящество вполне устраивают первого, а некоторая небрежность и беспорядок в туалете особенно радуют последнюю. Но ни один из этих основательных доводов не нарушал, однако, душевного спокойствия нашей героини [Austen, 2017, p. 53] (цит. по: [Остен, 1998, с. 550]).

Итак, с точки зрения Джейн Остен, женщина наряжается только для себя и ради себя, ради собственной личности и в целях собственного удовольствия – здесь-то и скрыта изысканность женщины.

С ней полностью согласен Оноре де Бальзак в «Покинутой женщине»: «...высшее кокетство – не щеголять ни своим нарядом, ни своим умом»

[Balsac, 2014, p. 45], и то, что главная героиня этого романа виконтесса де Боцеан перед встречей с незнакомым ей еще Гастоном «тоже инстинктивно внесла особую изысканность в свой туалет», всего лишь подтверждает, а не опровергает самонаправленность моды женщины. Клара не для Гастона де Ньюэля изысканно нарядилась, а для себя самой.

Это непосредственно подтверждает Бальзак: «...заботливо укладывая волосы, она оправдывалась перед собой тем, что незачем быть пугалом» [Balsac, 2014, p. 45]. *Оправдывалась*, поскольку, по-видимому, *немного* отступила от женского правила не наряжаться для мужчин.

Модельеры «от-кутю» и создание женского *modus artificialis*

Деятельность мужчин-модельеров, зародившаяся во второй половине XIX столетия, сформировала новый образ модной женщины, воображенный и воплощенный мужчиной. Гендерные роли переменились: раньше



Чарльз Эдмунд Брок. Кэтрин Морланд за чтением «Удольфо»



Эдуар Луи Дюбюф. Портрет графини Алле-Клапаред (Дюбюф специально написал этот портрет в качестве иллюстрации к «Покинутой женщине» Бальзака, а графиня выступила прообразом виконтессы Клары де Босеан)

именно женщина конструировала мужскую моду в соответствии со своими социальными запросами. Теперь мужчина заставлял женщину приспосабливаться к своим, однако он так замаскировал свои реваншистские планы под стремление угодить женщине, что она действительно поверила в миф, согласно которому модельеры существуют лишь для того, чтобы сделать приятное женщине.

Первым шагом мужского в сфере моды было создание моды *haute couture* – «высокого кутюра». Понятие «*haute couture*» появилось в 60-х гг. XIX в., когда возникли первые салоны мод в сегодняшнем понимании и появились мужчины-модельеры. Первые модельеры неслучайно ориентировались прежде всего на высокопоставленных дам. Эти женщины в силу своего высокого экономического, социального и политического статуса в европейских государствах становились прекрасными потребителями и дальнейшими распространителями женской *modus artificialis*. Стоило французской императрице Эжени стать клиенткой модельера Уорта, как большинство аристократок не только Франции, но и всей Европы с поразительной готовностью перешли на позиции новой моды [Saunders, 1955, p. 148], которые в проекте предназначались не для поддержания, а как раз для ослабления и устранения семиотической силы женского.



Тюлевое бальное платье императрицы Эжени 1865 г., на которое пошло больше 100 м тюля, модель Уорта. Фотография статуэтки с мини-копией платья в музее Уорта в Париже

Маскулинная деятельность Уорта по переконструированию системы женской моды воспринималась женщинами как некое избавление, и именно из-за этого уже через 30 лет всё немодное (в смысле непринадлежности стратегиям *modus artificialis*) начало осмеиваться самими женщинами. Таким образом, мужчина начал конструировать социальную реальность с помощью моды: если женщина не покупала у кутюрье платьев новых моделей, на ней мужчина ставил знак немодной. Радикальное изменение гендерных ролей в области моды этого периода подтверждается ускорением темпа моды. Для моды *haute couture* характерна темпоральность, связанная с выходом на рынок и институционализацией новых агентов искусственной моды – кутюрье, в то время как для естественной женской моды период обращения был значительно больше. Эту точку зрения поддерживает Пьер Бурдьё, критикуя Барта [Bourdieu, 1975, p. 10–11].

В истории *haute couture* среди одежды *à la Worth* сохранилось вечернее тюлевое платье, на которое пошло 100 метров ткани. Несмотря на такую явную вычурность, которая всегда была антиподом утонченного вкуса, парижанки из света не замедлили объявить его «чудом изысканности, изящества и утонченности» [Saunders, 1955, p. 198].

Именно с Уорта мода стала строиться по принципу диктата, слепого и иррационального. Вдумаемся хорошо в следующую ситуацию: Уорт специально разработал для императрицы Эжени платье, о котором написал в «Парижской жизни»: «Я ввел для императрицы новый фасон платья. Платье королевской красоты, одновременно серьезное и легкое, величественное и скромное: юбка из фиолетовой тафты, со складками, соединенными фиолетово-белыми воланами» [Luman, 1972, p. 74]. Проанализировав лингвосемантически этот отрывок, невозможно не признать, что Чарльз Уорт был первым мужчиной, разрушившим женскую традиционность в создании своего костюма.

Уорт *разработал* модель платья. Никогда в предшествующие эпохи женщина не позволяла мужчине разрабатывать и проектировать для нее моду. Работниками швейных мастерских могли быть мужчины (хотя, конечно, швей всегда было несоизмеримо больше), но модельерами – никогда. То, что мужчина сконструировал по своей инициативе модель женского платья, – само по себе удар по семиотико-социальной силе женского, доказательство того, что женское со времен древнего матриархата уже утратило свои лидирующие позиции. Уорт также был первым, кто ввел инструментарий моды-описания. Если раньше, во времена *modus naturalis*, мода присутствовала только в виде визуального образа, то с Уорта и императрицы Эжени началась совершенно новая эпоха семантики моды. Новый семантический уровень – уровень языка – был необходим для фиксации внимания женщины на моделях кутюрье, эмфатического их подчеркивания и тем самым управления сознанием женщин.

Перед нами глубокая антропологическая разница между процессами смотрения и чтения. Слово, которое начало использоваться в многочисленных журналах мод, избавило одежду от всякой визуальной нагрузки, используя которую в предшествующие времена, женщины создавали особый семиотический мир, в котором устанавливали правила игры. В моде-описании принцип игры элиминируется: оставшись лишь системой безличных лингвистических структур, одним лишь своим сочетанием образующих моду, мода-описание стала позиционироваться для женщин как *совершенно серьезная, неигровая* структура.

«Равный стиль» моды

Чтобы еще более ослабить семиотические позиции женского, мужчины-кутюрье ввели новый тип моды – *pret-a-porter* (готовое для носки). Это направление в начале XX столетия возглавил Поль Пуаре, мода которого получила характерное название *new look*². Весьма интересна следующая фраза самого модельера: «Движение суфражисток борется за свободу, и я

² Новый вид (англ.).

стремлюсь предоставить женщинам свободу передвижения» [White, 1973, p. 164]. Случайно или намеренно, но Пуаре точно отразил истинную сущность своей моды: мода *pret-a-porter* делала невозможной первенство женщины в семиотической сфере моды.



Модель женского костюма Поля Пуаре
Фотография 1919 г.

Если Уорт еще только *разрабатывал* для аристократок одежду, то Пуаре уже не стесняется говорить открыто, что он женщинам нечто *дает* [Paproil, 2013, p. 81]. Это некий социальный императив власти и гендерного господства мужчины в некогда женской области. Из слова «давать» аналитически выводится понятие одолжения и пренебрежения, из которо-

го дальше дедуцируется гендерное неравенство. Разработанную модель можно еще или принять, или не принять, право на отказ от *haute couture* всегда сохраняется. Но то, что дают, всегда надо брать, – эта истина стара, как мир, и именно под этим лозунгом развивается вся дальнейшая мода *pret-a-porter*. У женщины уже отнята не только привилегия делать запросы на стандарты мужской моды, но и возможность запрашивать нечто для себя: теперь ей *дают* всё необходимое, а ее дело – лишь подчиняться мужским модельерским стратегиям. Некогда королева в области моды, женщина в начале XX в. должна довольствоваться положением подчиненного лица, за которое всё решают без его участия. Мода Пуаре и его последователей представляет новую разновидность искусственной моды, которую я бы назвал *modus aequalis*, т. е. «равный стиль», стиль, равный для всех женщин, от королев до поломоек.

Модели Пуаре предназначены не для высшего общества, и их могут покупать все, кому позволяет экономическое положение. Но более важно то, что с изменением адресности моды трансформируются и смысловые оттенки визуального образа. Платье из фиолетовой тафты с воланами для императрицы Эжени, на которое пошло 90 м этой материи (в Лионе ткачи внесли в мэрию предложение поставить Урту памятник еще при его жизни), было подчеркнуто аристократичным: в нем ни одна женщина не могла потерять до конца чувство превосходства. Но модели *pret-a-porter*, изготавливаемые Пуаре, были другими. Его мода была направленно-эгалитаристской, что, по-видимому, должно было способствовать скорейшему осуществлению отнятия у женщины аристократизма и изысканности.

Бижутерия и мода масс

Слава введения нового витка *modus artificialis* в социальную жизнь принадлежит мадам Коко Шанель, которая, как утверждает Жан Лемари, «почти полвека угадывала желания женщин» [Lemarie, 1987, p. 5]. Вопреки устойчивому мифу, который был поддержан даже таким известным историком моды, как Лемари, можно смело утверждать, что деятельность Коко Шанель была деструктивной для допостмодернистской женской моды, поскольку именно эта модельерша произвела полную интеграцию массового производства с пошивом женской одежды, а массовой культуры – с культурой моды женщины. В 20-е гг. она заставила женщин одеться в обыкновенные платья и кофты, пуловеры, свитеры, брюки и кардиганы, прямые юбки без турнюра и отделки и простые «матросские» блузки, а также украсить себя фальшивыми драгоценностями (бижутерией), и предписала им носить ситцевые платья, которые до этого являлись отличительной чертой костюмов служанок. Мужское могло праздновать полный триумф благодаря женщине, которая, в сущности, осуществила мужскую социальную стратегию. Еще только полтора века назад принцесса Эмили

де Конти во всеуслышание утверждала, что скорее полезет в петлю, чем по приказу короля оденется в платье горничной, и вот уже принцесса Мари Бонапарт, известная пациентка Фрейда, с радостью одевается в это платье под руководством Коко Шанель.



Коко Шанель в платье своего покроя и пошива
Фотография Мэна Рэя

Фальшивые драгоценности – особый знак моды Шанель. Она настаивала на том, чтобы все женщины, даже те, у которых средства вполне позволяли носить *настоящие* украшения, перешли на *фальшивые*, и это при том, что в эпоху естественной моды искусственные драгоценности считались знаком унижения женского достоинства. В пресловутом «Деле об ожерелье», связанном с грандиозным скандалом в высшем обществе времен Людовика XVI, есть интересная деталь, чаще всего опускаемая историками. Бриллиантовое ожерелье, фигурировавшее в деле, было сделано ювелирами гораздо раньше скандальной истории и предложено для покупки Марии Антуанетте. Та немедленно согласилась и потребовала у своего

безвольного мужа оплаты из средств государственной казны. Когда тот выразил робкие сомнения по поводу необходимости этого шага, приняв во внимание баснословную стоимость ожерелья – 1 800 000 ливров, королева произнесла: «Но ведь это *настоящие* бриллианты. И когда я буду их надевать, они будут означать, что я *настоящая* королева, *настоящая* француженка и *настоящая* женщина» [Lever, 2008, p. 74]. В этом аспекте характерно, что украшения-знаки, насаждаемые Шанель и названные ею *bijouterie*, ни в коем случае не должны были имитировать настоящие. Семиотически сама женщина становилась своего рода подделкой в новом мужском мире, и даже право на истинность отбиралось у нее социальной политикой новой моды. Не чувствуется ли в этом явного стремления мужской гендерной политики (Шанель была лишь ее реализатором) семиотически сопоставить женщину и фальшивость, ложность, сомнительность и потому порочность?

Интеграция моды и массовой культуры, осуществленная Коко Шанель, создала принципиально новый тип моды. Предлагаю условно назвать его *modus vulgaris*, «моду большинства», «моду для всех». При этом необходимо помнить, что, когда мода становится уделом массы, ей грозит гибель. В *modus aequalis* Пуаре еще есть смысл изящества, за что может ухватиться женщина, как утопающий за соломинку. Но *modus vulgaris*, понятая как мода масс, прямо осуществляет мужскую политику вульгаризации³ женщины, осуществляемую в сфере одежды. Все женщины с помощью такой моды из элиты перешли в массы, вне зависимости от своего социального статуса.

Действительно, *modus vulgaris* представляет собой коллективное женское подражание регулярно появляющимся новинкам в сфере одежды и по самой своей сути является массовым феноменом. Мода стала делом (и уделом) всех и каждой, что подтверждается исключительно большими тиражами специальной женской прессы, посвященной вопросам моды и начавшейся печататься между мировыми войнами [Baudrillard, 1997, p. 21].

Кого бы из известных модельеров этой поры мы не взяли, будь то Эльза Скьяпарелли или мадам Вионе, Жан Пату или Эдвард Молино, их стратегии все более и более вовлекали женщин в сферу масс-культуры. Сенсационный «робсак», т. е. платье-мешок Скьяпарелли, разработанный ею совместно с сюрреалистами Жаном Кокто и Сальвадором Дали, несколько не противоречит политической стратегии моды Коко Шанель, несмотря на кажущуюся разницу. Разница здесь только визуальная, в то время как семиотический уровень изгнания силы женственности, которая всё еще считалась несомненным и важным атрибутом женщины, остается. Шанель

³ Здесь скрывается не просто смысловая амбивалентность латинского слова *vulgaris*, а более глубокие импликации.

ввела заведомо фальшивую бижутерию, Скъяпарелли в качестве украшения предложила использовать дверные замки и таблетки аспирина – разница только поверхностная, тогда как смысл остается и усиливается.

Мода и сексуальная революция

В 1964 г. Андре Куреж и Мэри Квант создали мини-юбки, инициировав сексуальную революцию в культуре. Для женщины была найдена новая – и последняя – ниша в моде. Предлагаю назвать новый постмодернистский тип женской моды *modus indelicatus*, «неделикатный стиль». Я использую этот термин весьма условно безо всякого морализаторства. Новая мода навязывала новые правила ношения одежды; в поле зрения попали обнаженные женские ноги. Радикально изменился стиль ношения одежды, изменились и правила, по которым конструировалась мода всех предшествующих периодов. Одежда стала одной из форм политики манипулирования массами и, с другой стороны, одной из форм политического протеста масс. Например, стиль противления власти во Франции 1960-х гг. характеризовался сочетанием не сводимых друг к другу элементов. Ношение такой одежды крайне широко практиковалось французской молодежью, протестовавшей против режима де Голля [Lacouture, 1986, t. 3, p. 502], но и не только. Весь мир оказался втянутым в феерическую сферу новой моды, при этом неделикатность была возведена в один из ее основополагающих, базовых принципов.

Появление мини-юбок и оголение женских ног с первого взгляда может показаться референцией на сексуальность и женское освобождение, результатом долгой борьбы женщин за равные права. Однако на самом деле не всё так просто. Социально-политические принципы, выдаваемые за непреложные истины, согласно которым постмодернистская одежда, появившаяся в 60–70-х, обладает сексуальной инвестицией, в высшей степени сомнительны. В области моды после сексуальной революции действует особая, *директивная* и *кодифицированная* сексуальность, исходно навязанная мужчиной женщине, но которая впоследствии стала ретранслироваться самими женщинами. Взгляд феминистских авторов на трансформацию женской моды в *modus indelicatus* чрезвычайно распространен даже за пределами сферы влияния их теорий, однако он спорен. В соответствии с ним мы должны поверить, что с помощью мини-юбок женщины получили раскрепощение, освобождение от патриархального гнета, самореализацию, равные с мужчинами права во всех областях, а появление моделей мини или купальников «бикини», изобретенных инженером автомобильного завода «Рено» Луи Риаром, – всего лишь воплощение эмансипации женщин, требовавших равных с мужчиной прав в области сексуальности. Если принять эту точку зрения, то как объяснить, что уже к концу 70-х модели юбок «миди» и «макси» вытеснили «мини»?



Модель мини-юбки 1964 г. Мэри Квант и Андре Курежа

Modus indelicatus постмодерна – трансгрессия моды, которая вовсе не произошла стихийно и тем более не являлась женской гендерно-социальной стратегией. Вдохновителями этой стратегии были мужчины – профессионалы-модельеры, владельцы предприятий и магазинов, специалисты по рекламе и связям с общественностью, журналисты и т. д. Наиболее важной отличительной чертой мужского конструирования *modus indelicatus* было не просто создать новый принцип, сводящий женское к чистой сексуальности, но заставить самих женщин полностью в него поверить. Эта задача мужчине блестяще удалась, несмотря на фантастичность его проекта: женщины стали *верить*, что, открывая тело, они действительно входят в сферу желания и удовольствия, лидерство в которой ранее якобы принадлежало только мужчинам, а теперь, по-видимому, принадлежит им. Как заметил Жак Лакан, субъект бессознательного стал включен, подобно звену, в механизм тела [Lacan, 1974, p. 11], и место этого субъекта стало задаваться исключительно исходя из вторично-социального дискурса. Семиотическая сущность моды оказалась развоплощенной вторичной соци-

альностью. Этот дискурс заставляет женщину подчиняться выдуманному мужчиной новому порядку вещей.

Социальные коды моды постмодерна

Феерией кода назвал постмодернистскую моду Бодрийяр еще в 1976 г. в «Символическом обмене и смерти» [Baudrillard, 1976, p. 167]. Сейчас, спустя сорок лет, эта фееричность достигла такого размаха, что вся мода превратилась в огромную матрицу кодов, с которой воспроизводятся феноменальные элементы одежды. Этой матрицей уже не управляют ни женщина, ни мужчина; сама матрица всеми управляет, устраняя последние связи гендера и моды. Постмодернистское политическое оружие мужчины смогло только элиминировать женское из культуры моды, но собственного господства оно ему не принесло. В предшествующие периоды моды можно было интерпретировать как поле дуэлей между полами или игровое пространство гендера. Теперь мода перестала быть гендерным отражением и выражением сущности человека. Возможно, это связано со всё более усиливающимися в современности тенденциями расплытия, или размывания, пола, при котором связь биологической детерминированности пола и социальной реализации гендера ослабевает, иногда даже теряется. Мода теперь отражает только индивидуальность или *абстрактную* идентичность. Несмотря на безотносительность действия кодов-матриц моды по отношению к полу, более серьезно такая трансформация затронула женское.

Постмодерн многолик, подобно Янусу, но все его лица в моде служат референцией уже не на стиль, а на индивида. Согласно концепции индивидуализма в моде можно носить всё, что придет в голову, не считаясь с правилами, например заправлять брюки в высокие ботинки или сапоги. Однако этот код крайней индивидуализации моды не воссоздает настоящей индивидуальности, в том числе индивидуальности женского, он репрезентирует всего лишь фрагментарность толпы. Толпа, которую описывали Хоркхаймер, Адорно и Ортега, была толпой-массой; теперь мы все – толпа индивидуальностей.

Другой фактор деконструкции женского с помощью моды постмодерна – фрагментация моды. Матрица моды содержит коды, порождающие не целостный облик женщины, а отдельные детали одежды и – как это ни парадоксально звучит – отдельные элементы тела женщины, не составляющие в совокупности всего ее тела. Сейчас женщина уже с трудом может восприниматься как некоторая визуальная и семиотическая целостность; в поле зрения наблюдателя попадают фрагменты, живущие своей собственной жизнью. В рекламе часто можно услышать призывы к женщинам обратить внимание на свои части тела (например, ноги или грудь) [Baudrillard, 1980, p. 74]. Несмотря на всю нелепость подобных призывов,

дело здесь далеко не в эротическом фетишизме. Неважно, какая часть тела женщины – ноги, грудь, руки, шея, голова, спина и т. п., сейчас существует в семиотическом плане независимо от всех остальных. С помощью моды у женщины отбирается облик, а вместо него ей даются визуальные образы отдельных частей тела – кубики, из которых не складывается семиотического целого.

Символическую силу женского ставит под вопрос и современная демократизация моды. Женщина гораздо более мужчины использовала раньше моду для репрезентации своего социального статуса⁴. Это относилось ко всем разновидностям моды и даже включало массовую моду – *modus vulgaris*, несмотря на кажущееся противоречие. *Modus vulgaris* при всей своей однозначно определенной адресности оставляла некоторую возможность для женщины не присоединяться к толпе, а выбрать элитарную моду *haute couture*. Теперь же у женщин выбора нет. Современное *haute couture* не отражает никаких стратегий *modus particularis* (особой моды), это уже не мода для особых персон, а ее симуляция. О какой реальной идее *modus particularis* может идти речь, когда основной объем сбыта кутюр-производства осуществляется через бутики? В идее *haute couture* изначально заложена мысль об изготовлении платья под конкретное лицо по особому заказу, поэтому реализация товара через бутик, пусть и безумно дорогой, автоматически устраняет саму стратегию *modus particularis* и превращает ее в симулякр. Принцесса и конторская служащая, министр-женщина и полойка одеваются одинаково, а по одежде в современности мы в принципе не можем судить о социальном статусе человека.

Нельзя не отметить еще одной важной черты современной моды, деструктивной по отношению к семиотической силе женского, такой как ее глобализация. Выстроившись как вторичная система купли-продажи, мода постмодерна естественным образом глобализируется вслед за глобальным рынком. Это приводит к универсализации одежды по всему миру, но отнюдь не к возвращению к базовым формам женского платья, бытовавшим на протяжении почти всей истории. Современная универсализация моды выстраивает знаки одежды безо всякого формально-логического и семиотического базиса. Несмотря на глобализацию, мода всего лишь *разыгрывает* коммуникацию различных культур, вовлекает ее в феерический танец ничего не значащей и не сообщающей сигнификации. Наша глобальная мода – это псевдосоциальность. Салоны моды, недели высокой моды, демонстрации-показы моды – всё превратилось в черные дыры знакового пространства, которые сами в себя втягивают смысл. Современные кутюрье активно воспроизводят глобальные матричные коды.

⁴ Если мужской костюм и сейчас почти тот же, что и в 1880-х, то стили женской одежды, как мы помним, за этот период претерпели многочисленные изменения.

Заключение

Особенность современной постмодернистской моды – не семиотичность, а псевдосоциальность. Семиотическое в современной моде затушено страстью к радикализованной повторяемости. Глобализация моды привела к тому, что глобальный матричный код порождает ускользающие означаемые и ряды означающих, которые никуда не ведут. Глобальная мода распространяется повсюду и становится просто образом жизни⁵. С помощью запрограммированного воспроизведения вещей по наперед заданному глобальному коду-матрице мода проникает во все ранее недоступные ей сферы.



Пост-постмодернистская мода генерирует симулятивные смыслы
Платье коллекции дизайнера Валески Хассо Колладо

Итак, сейчас символическая сила женского полностью или почти полностью элиминирована из моды – торжествует индетерминированность гендера. Сравним постмодернистскую ситуацию с предшествующими периодами моды (см. таблицу).

Из таблицы видно, что именно женщине изначально, на стадии естественной моды, принадлежало бесспорное лидерство как в семиотической, так и в социальной сфере моды. Естественная мода соответствовала естественной семиотической структуре моды и символическому лидерству силы женского, которое много тысяч лет со времен древнего матриархата господствовало в культуре.

⁵ Это иногда закрепляется даже на лингвистическом уровне. Так, словосочетание *le mode de la vie* – стиль жизни (фр.) дословно переводится как «мода жизни».

Сравнение некоторых гендерных семиотико-социальных характеристик исторических типов моды

	Конструирование моды своего пола	Прямое конструирование моды противоположного пола (прямой запрос)	Конструирование по коду	Осуществление принципа мимикрии	Осуществление принципа идиоадаптации
<i>Modus naturalis</i>	Женское → женское <u>только</u>	Женское → мужское	Женское → код стратегий женского → мужское	Мужское в мире женского	Мужское в мире женского
<i>Modus particularis (haute couture)</i>	Мужское → мужское; женское → женское (элита)	Мужское → женское		Мужское в мире мужского (анти-дендизм); женское в мире женского	Мужское в мире женского
<i>Modus aequalis (pret-a-porter)</i>	Мужское → мужское	Мужское → женское			Мужское в мире мужского; женское в мире мужского
<i>Modus vulgaris</i>	Мужское → мужское; женское → женское (массовость)	Мужское → женское		Мужское в мире мужского (массовость); женское в мире женского (массовость)	Женское в мире мужского
<i>Modus indelicatus</i>			? → код → мужское; ? → код → женское	Индивид в мире индивидов (независимо от гендера)	Индивид в мире индивидов (независимо от гендера)
<i>Modus artificialis</i>					

Проведенный историко-семиотический анализ женской и мужской моды показывает, что в XIX столетии мужчина взял реванш, сделав женщину менее значимой в области моды в одежде. Но лишь XX и XXI вв. знаменуют собой вытеснение мужчиной женского в сферу массовости и тем самым практически полной зависимости от мужского в социальной сфере. На каждой новой стадии скачкообразного дискретного развития моды как некоторого искусственного языка мужчина всё более отбирал у женского его преимущества, характерные для стиля одежды огромного исторического промежутка (со времен древнего мира до постмодерна).

Думаю, современность – далеко не освобождение, раскрепощение и снятие женщиной с себя всяких запретов в области одежды и имиджа, а радикальный контроль глобальных кодов консюмеризма и массового потребления над символической силой женского.

Список литературы

- Жеребкина И. А.* Страсть. Женское тело и женская сексуальность в России. СПб.: Алетейя, 2001. 336 с.
- Остен Дж.* Нортенгерское аббатство / Пер. с англ. И. Маршака // Остен Дж. Избранные романы. М.: Олма-Пресс, 1998.
- Austen J.* Northanger Abbey. London: Digireads.com Publ., 2017. 176 p.
- Balsac H. de.* La femme abandonnée. Paris: Libretti, 2014. 128 p.
- Barthes R.* Système de la mode. Paris: Points, 2014. 384 p.
- Baudrillard J.* De la Séduction. Paris: Galilée, 1980. 250 p.
- Baudrillard J.* Écran total. Paris: Galilée, 1997. 248 p.
- Baudrillard J.* L'échange symbolique et la mort. Paris: Gallimard, 1976. 440 p.
- Chombart de Lauwe P. H.* La vie quotidienne des familles ouvrières. Paris: CNRS, 1956. 303 p.
- Kröber A. L., Richardson J.* Three Centuries of Women's Dress Fashion. Berkeley and Los Angeles: University of California Press, 1940. 153 p.
- Lacan J.* Télévision. Paris: Ed. de Seuil, 1974. 80 p.
- Lacouture J.* De Gaulle. Tome 3 : Le Souverain. Paris: Édition de Seuil, 1986. 876 p.
- Lemarie J.* Chanel. London: Routledge, 1987. 330 p.
- Lever E.* Marie-Antoinette : Le triomphe de l'élégance et du luxe. Paris: Beaux Arts Ed., 2008. 106 p.
- Lyman R.* Couture. New York: Garland, 1972. 204 p.
- Parpoil C.* Paul Poiret, couturier-parfumeur. Paris: Somogy Ed. d'Art, 2013. 144 p.
- Perrot M.* Le Mode de vie des familles bourgeoises, 1873–1953. Paris: Armand Colin, 1961. 300 p.

Saunders E. The Age Of Worth – Couturier to the Empress Eugenie. Indianapolis, IN: Indiana University Press, 1955. 218 p.

White P. Poiret. New York: Clarkson Potter, 1973. 192 p.

Article metadata

Title: The System of Fashion: Historical and Semiotic Analysis and Gender Social Implications

Author: K. S. Sharov

Author's e-mail: const.sharov@mail.ru

Author's affiliation: M. V. Lomonosov Moscow State University

Abstract. In this paper, fashion in clothes is analyzed as a socio-semiotic phenomenon that can represent a tool of social transformations, including the creation and change of systems of gender social roles, as well as the formation of structures of social power. The historical and semiotic analysis of fashion is carried out: various historical types of fashion are considered and systematized. The basic semiotic mechanisms of fashion influence on public opinion and social groups are found out. The groups of signs generated by each type of fashion are analyzed. It is argued that before the modernity, fashion in clothes was a predominantly female project and used by women to create their own social statuses. Since the modernity, women lost the initiating semiotic force in fashion. It is shown that fashion in clothes can be an effective tool for creating and reproducing gender cultural and behavioural stereotypes, and through them designers can affect the structure of gender social roles and statuses. The main dichotomy of fashion types is “natural fashion” and “artificial fashion”. Natural fashion corresponds to the semiotic structure of fashion created by women and to the symbolic leadership of the female, which had dominated culture for many thousands of years since the era of ancient matriarchy. It is demonstrated that the “natural fashion” for a long historical period was one of the tools for the creation of feminine and masculine gender social roles and their subsequent codification as social statuses. The hypothesis is put forward, according to which in modern times there is no liberation, emancipation and removal by the woman of any prohibitions in the field of clothing and image. Instead, there is a control of global codes of consumerism and mass consumption broadcast through mass media, over the symbolic power of the female in the creation of fashion as an artificial language with the capability of social transformations. The role of postmodern fashion as one of the factors of initiation of sexual revolution of the seventies is emphasized. An idea is advanced that the feature of modern (post-postmodern) fashion is pseudo-sociality, generation of simulacra of gender social processes and roles. The semiotic in the modern global fashion is characterized by the tendency to radicalized repetition. The phenomenon of global fashion in the modern world is studied. The globalization of fashion has led to the fact that the matrix code of universal global fashion becomes a gen-

erator of simulacra; it forms elusive signified and series of signifiers that do not lead anywhere.

Key terms: fashion, fashion signs, fashion language, fashion linguistics, historical types of fashion, gender statuses, gender roles, social tool, social transformations

Reference literature (in transliteration):

Austen J. Nortengerskoe abbatstvo. Transl. from Engl. by I. Marshak. In: Austen J. Izbrannye romany. Moscow, Olma-Press, 1998. (in Russ.)

Austen J. Northanger Abbey. London, Digireads.com Publ., 2017, 176 p.

Balsac H. de. La femme abandonnée. Paris, Libretti, 2014, 128 p.

Barthes R. Système de la mode. Paris, Points, 2014, 384 p.

Baudrillard J. De la Séduction. Paris, Galilée, 1980, 250 p.

Baudrillard J. Écran total. Paris, Galilée, 1997, 248 p.

Baudrillard J. L'échange symbolique et la mort. Paris, Gallimard, 1976, 440 p.

Chombart de Lauwe P. H. La vie quotidienne des familles ouvrières. Paris, CNRS, 1956, 303 p.

Kröber A. L., Richardson J. Three Centuries of Women's Dress Fashion. Berkeley and Los Angeles, University of California Press, 1940, 153 p.

Lacan J. Télévision. Paris, Ed. de Seuil, 1974, 80 p.

Lacouture J. De Gaulle. Tome 3 : Le Souverain. Paris, Édition de Seuil, 1986, 876 p.

Lemarie J. Chanel. London, Routledge, 1987, 330 p.

Lever E. Marie-Antoinette : Le triomphe de l'élégance et du luxe. Paris, Beaux Arts Ed., 2008, 106 p.

Lyman R. Couture. New York, Garland, 1972, 204 p.

Parpoil C. Paul Poiret, couturier-parfumeur. Paris, Somogy Ed. d'Art, 2013, 144 p.

Perrot M. Le Mode de vie des familles bourgeoises, 1873–1953. Paris, Armand Colin, 1961, 300 p.

Saunders E. The Age Of Worth – Couturier to the Empress Eugenie. Indianapolis, IN, Indiana University Press, 1955, 218 p.

White P. Poiret. New York, Clarkson Potter, 1973, 192 p.

Zherebkina I. A. Strast. Zhenskoe telo b zhenskaya seksualnost v Rossii. St. Petersburg, Aleteya, 2001, 336 p. (in Russ.)