

## СЕМИОТИКА МОДЫ

Пронько Н.В.

Белорусский государственный университет

Мода – неоднозначный социально-психологический и культурный феномен, не имеющий границ: он может проникать в науку, искусство, политику, психологию, социологию, статистику, лингвистику. Это явление, связанное с массовым выбором и массовым поведением, ведь в обществе именно средний класс определяет моду, стремясь подражать высшим слоям общества, и, как следствие, отделяясь от низших. Таким образом, с одной стороны, мода подчеркивает неравенство между различными социальными группами, с другой – сглаживает границы между ними, тем самым демократизируя общество.

В основе моды, как правило, заложен некий эксперимент, изменяющий общепринятые нормы и стандарты и формирующий основную ценность моды – современность. Как правило, понятие современного ассоциируется с прогрессивным, инновационным, а порой даже бросающим вызов устоявшимся нормам. Неудивительно, что многие культуры не признают современность, определяя ее как разрушителя традиций: так, у древних инков даже незначительное изменение прически влекло за собой смертную казнь [1, стр. 4].

Рассмотрим несколько словарных определений моды:

Ожегов С. И. определяет моду как:

1. Совокупность привычек и вкусов, господствующих в определенной общественной среде в определенное время;
2. Образцы предметов одежды, отвечающие таким вкусам [2, стр. 327].

Оксфордский словарь дает следующие понятия моды:

1. Something that is popular or thought to be good at a particular time;
2. A style of clothes, hair etc. that is popular at a particular time;

3. The business or study of making and selling clothes, shoes etc. in new and changing styles;
4. To shape or make something, using your hands or only a few tools: *to fashion sth from sth, to fashion sth into sth*;
5. To influence and form someone's ideas and opinions [3, p. 573].

Отметим также некоторые выражения, предлагаемые данным словарем:

1. *In a ... fashion* – делать что-либо в той или иной манере;
2. *After a fashion* – делать что-либо не очень хорошо;
3. *After the fashion of sb* – делать то-либо в манере, присущей тому или иному человеку;
4. *Like it's going out of fashion* – делать что-либо в больших количествах. [3, p. 573].

Советский и российский социолог А.Б. Гофман создал теоретическую модель моды, иными словами – идеальную структуру, содержащую четкую структуру и фиксированную связь между элементами и отражающую отдельные свойства и отношения. Рассмотрим схему элементов данной структуры:

*Модные стандарты*



*Модные объекты*



*Модное значение*



*Поведение*

Как можно увидеть, каждый следующий элемент данной структуры дополняет предыдущий: так, для реализаций того или иного *модного стандарта* требуются *модные объекты*, в свою очередь нуждающиеся в *модных значениях*, которые устанавливают ценности. *Поведение* выступает в качестве завершающего элемента; оно как бы подытоживает формирование трех предыдущих элементов [4, стр. 13-15].

Структура моды по Гофману представлена следующими ценностными уровнями:

Ценностный аспект стандартов и объектов – приписывание тому или иному предмету необходимости и важной роли в жизни общества;

Атрибутивные ценности – внутренние ценности, регулирующие поведение участников моды, у которых ориентация на саму моду может быть как осознанной, так и неосознанной. К данным ценностям относятся современность, универсальность, демонстративность и игра;

Денотативные ценности – внешние ценности, по отношению к которым атрибутивные ценности выступают как знаки. Они носят ситуативный характер и могут содержаться не только в моде, но и в других формах социальной регуляции [4, стр. 16-20].

Перейдем к рассмотрению определений семиотики.

О.С. Ахманова в «Словаре лингвистических терминов» дает следующее определение этому понятию: «Наука об общих свойствах знаковых систем, которая включает в себя языкознание в той степени, в какой язык обладает семиологическими свойствами» [5, стр. 391].

Основателями семиотики считаются такие ученые, как Ч.С. Пирс и Ф. де Соссюр. Проанализируем их определения:

1. Пирс рассматривает семиотику как «квазинеобходимую и формальную науку о знаках», тождественной логике. Характеры знаков наблюдаются исходя из нашего опыта, а значит, они обладают некоей погрешностью. Они не являются необходимыми, поскольку в противовес им существует некий научный интеллект, знающий, какими *должны быть* свойства всех знаков [6, стр. 46-47].

Знак же философ называет *репрезентаменом*. Это нечто, замещающее собой объект в том или ином отношении или качестве, кому-либо адресованное и, следовательно, создающее в уме адресата эквивалентный знак. Этот созданный знак называется *интерпретантом* первого знака. У

репрезентативна, как правило, есть *основание* – иными словами, это идея, к которой он отсылается.

2. Ф. де Соссюр определяет семиологию как науку, которая изучает жизнь знаков в рамках жизни общества и является частью социальной и общей психологии. Лингвистика же, в свою очередь, выступает лишь в качестве ее части, задача которой заключается в выяснении того, что выделяет знак как особую систему в совокупности семиологических явлений. [7, стр. 54]

Соссюр опровергает определение языка как номенклатуры, поскольку оно предполагает наличие готовых понятий, которые не сообщают о природе того или иного названия; то есть, оно довольно упрощенное, хотя, с другой стороны, и более приближенное к истине.

Французский лингвист приходит к выводу, что языковой знак связывает понятие и акустический образ. Последний, как правило, обладает чувственной природой и возникает, собственно, посредством органов чувств.

Для конкретизации Соссюр предлагает заменить слова «понятие» и «акустический образ» на термины «означаемое» и «означающее». Так их взаимное противопоставление и в то же время предположение становится более ясным [7, стр. 98-100].

Любой модный журнал содержит в себе фотографии одежды, которые сопровождаются комментариями. По сути, читая такой журнал, мы видим перед собой две одежды: фотографии представляют собой одежду-образ, комментарии – одежду-описание.

В чем же отличие этих двух понятий? Дело в том, что одежда-образ состоит из форм, красок, тканей – словом, элементов, образующих пространство. В свою очередь, одежда-описание состоит из слов и, следовательно, формирует синтаксис [8, стр. 24].


Но в то же время это совсем не означает, что каждое из двух понятий «намертво» примыкает к своей первоначальной системе. Так, модная

фотография включает в себя целый свод правил, отличающих ее от любительской фотографии:

1. Как правило, при съемке модной одежды используется профессиональное оборудование;
2. Сама одежда должна быть чистой и не лежать бесформенно;
3. Цвет одежды должен соответствовать реальности – для этого применяется так называемый «баланс белого»;
4. Одежду следует фотографировать с разных ракурсов для большей наглядности;
5. Желательно также показывать отдельные детали того или иного костюма;
6. Съемка одежды для модных журналов предполагает, что фотографии будут резкими по всем краям – это облегчает процесс их дальнейшей обработки (вырезание и добавление текста или других изображений);
7. Важно подобрать освещение: так, боковое подчеркивает детали, в то время как прямое делает их менее заметными [9].




Следовательно, одежда-образ формирует особый модный язык, обладающий собственным словарем и синтаксисом, а также употребительными и запрещенными оборотами. Рассмотрим это на примерах:

*Таблица 1. Одежда-образ и одежда-описание*

	DOUBLE BREASTED TRENCH COAT
	GOLD LIPS MINI A-LINE SKIRT

	<p>SLEEVELESS DRESS WITH PLEATS</p>
---	-------------------------------------

*Таблица 1. Одежда-образ и одежда-описание (продолжение)*

	<p>PUMPS IN LEATHER AND PYTHON</p>
	<p>GIVENCHY PARIS KNITTED BOMBER JACKET</p>
	<p>STRETCH CADY FLARED TROUSERS</p>
	<p>SHIRT WITH LAVALLIERE COLLAR</p>

### **Литература**

1. Журнал "Огонёк" №46 от 24.11.2002
2. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. – 10-е изд. – М., 1975
3. The New Oxford Dictionary of English, Oxford University Press, 2001
4. Гофман А.Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения. 3-е изд. – СПб.: Питер, 2004
5. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. – М.: Советская энциклопедия, 1966
6. Пирс Ч. С. – Начала прагматизма. Том 2

7. Соссюр Ф. де. Труды по языкознанию. Переводы с фр. яз. под ред. А.А. Холодовича. – Москва: "Прогресс" 1977
8. Барт Р. Система Моды. Статьи по семиотике культуры. – Пер. с фр., вступ. ст. и сост. С.Н. Зенкина. – М.: Издательство им. Сабашниковых, 2003
9. <https://photo-monster.ru/lessons/read/kak-fotografirovat-odejdu-i-tkani.html>