

Д.А. БАШКАТОВА

Мода как объект философского осмысления и лингвистического анализа

Мода – один из основных механизмов, организующих жизнь социума и регулирующих поведение людей в нем. Она подчиняет своему влиянию не только бытовую сферу жизни человека (выбор одежды, интерьера, предметов личной гигиены, гастрономические, музыкальные предпочтения), но и ментальную: образ мыслей, формирование критериев оценки явлений действительности, выбор определенной модели поведения, самоидентификацию. При этом мода – не просто мощный социальный регулятор, это значимый культурный феномен, который только начинает изучаться.

Традиционно мода считалась объектом научного внимания, с одной стороны, социологии (ее исследованием занимались такие известные социологи, как Г. Зиммель, Г. Спенсер, Т. Веблен, Г. Блумер), с другой – истории костюма. Но в силу своей значимости и всеохватности она оставалась в поле зрения философии и рассматривалась в контексте взаимоотношений с когнитивно связанными с нею явлениями, такими как вкус, стиль, одежда. Поэтому можно говорить о сформировавшемся философском дискурсе моды. Однако определение самого понятия **мода** представлено далеко не во всех философских словарях: одни из немногих – двухтомный “Большой энциклопедический словарь” (М., 1991), “Эстетика” (М., 1989) и “Новейший философский словарь” (Минск, 1999).

Информацию о том, что такое мода с философской точки зрения, дают труды мыслителей прошлого и настоящего. Так, в работе “Антропология с прагматической точки зрения” И. Кант рассматривает два понятия – “вкус” и “мода”. Причину возникновения моды он видит в социальном и материальном неравенстве, которое провоцирует людей “менее значительных” подражать “более значительным”, чтобы приблизиться к ним, стать “своими”. Философ оценивает это явление как бесполезное, пустое и связывает с такими пороками, как тщеславие и глупость: “Закон такого подражания, цель которого состоит в том, чтобы не казаться менее значительным, чем другие, причем в той области, где совершенно не принимается во внимание соображение пользы, называется *модой*. Ее надлежит, следовательно, отнести к тщеславию, – поскольку в этом намерении отсутствует внутренняя ценность, – а также к глупости, так как она принуждает рабски следовать примеру, которым служат нам многие в обществе” [Кант, 1994, с. 277].

Тем не менее, Кант не может отказать этому явлению в значительности: он отмечает тотальность распространения моды, говорит о том, что важно следовать моде, которая регулирует отношения между людьми в обществе, дабы не прослыть “старомодным” или “чудаком”. И в этом смысле Кант-философ мирится с модой как с

Башкатова Дарья Александровна – аспирантка кафедры русского языка филологического факультета Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова.

явлением, которому нельзя не подчиняться: “Все-таки лучше быть глупцом по моде, чем глупцом не по моде, если вообще применять к этому тщеславию такое суровое наименование; однако погоня за модой действительно заслуживает его, если ради нее жертвуют истинной пользой или тем более долгом” [Кант, 1994, с. 277]. Что касается соотношения понятий “мода” и “вкус”, то, по мысли Канта, мода не зависит от вкуса, поскольку, являясь результатом тщеславия, она может ему и противоречить.

Концепция вкуса у Канта сложна и противоречива. Он разграничивает два употребления понятия “вкус”: прямое и переносное. В прямом значении “вкус” понимается как “свойство органа (языка, неба или глотки) быть специфически аффицированным определенными растворенными веществами в пище или питье” [Кант, 1994, с. 271], то есть как одно из внешних чувств человека, органом восприятия которого является слизистая оболочка ротовой полости. Назовем такой вкус гастрономическим. Этот вид вкуса может быть intersубъективным (если он понимается как способность “различения” ощущений, например, сладкого или кислого) или индивидуальным (как способность “ощущать приятное”, например, одному человеку сладкое приятно, другому – нет). В переносном значении “вкус” (назовем его эстетическим) также разделяется Кантом на два вида. Эмпирический (*gustus reflexus*) вкус “не может притязать на подлинную всеобщность, а следовательно, и на необходимость (на то, что в вопросе вкуса суждение каждого должно совпадать с моим)” [Кант, 1994, с. 271], то есть он индивидуален. “Рассуждающий вкус” (*gustus reflectens*) значим для каждого *apriori*, он необходим, потому что определяет, каким должно быть представление о предмете относительно чувства удовольствия или неудовольствия, то есть он intersубъективен. Вкус же вообще, по Канту, есть симбиоз вкусов эмпирического (чувственного, индивидуального) и рассуждающего (рационального, общепринятого): “вкус есть способность выносить общественное суждение о внешних предметах в воображении” [Кант, 1994, с. 272].

Философ пишет о двойственной, противоречивой природе этой категории, поскольку вкус как чувство индивидуальное, субъективное имеет объективное основание, не всегда выразимое, но прочно укрепленное в человеческом сознании: “Суждение о предмете посредством вкуса есть суждение о согласии или противоречии свободы в игре воображения и закономерности рассудка” [Кант, 1994, с. 273]. Автор связывает вкус с категориями долга и морали. По его мнению, вкус в соединении с избыточным благосостоянием называется роскошью, которая рано или поздно приводит к бедности, а избыточное благосостояние без вкуса является мотовством, ведущим к болезни. Роскошь может совмещаться с развитием культуры в области искусства и науки, результатом же мотовства является лишь пресыщенность и отвращение [Кант, 1994, с. 282].

Г.В.Ф. Гегель в “Эстетике” разбирает четыре понятия: “вкус”, “стиль”, “одежда” и “мода”. По Гегелю, вкус представляет собой чувство прекрасного, образованное и изощренное культурой. В отличие от Канта, для которого вкус – соединение чувства и разума, Гегель видит в этом феномене скорее чувственную сторону и потому указывает на его неполноту, поверхностность: “Действительная глубина предмета оставалась для вкуса книгой за семью печатями, ибо такая глубина нуждается не только в способности восприятия прекрасного и в абстрактных размышлениях, но и в полноте разума и силе духа. Вкус же ограничивался лишь внешней поверхностью...” [Гегель, 1968–1971, т. 1, с. 40]. Кроме того, Гегель характеризует так называемый “хороший вкус” как чувство обывательское, избегающее глубокого воздействия со стороны искусства, глухое к истине и сути художественного произведения. Тем не менее, по мысли Гегеля, индивидуальные, субъективные вкусы отдельных людей так же, как и вкусы целых народов, могут быть критериями прекрасного и безобразного.

Что касается понятия “стиль”, то Гегель относит его к сфере искусства: он рассуждает о художественных стилях, которые “отличаются друг от друга главным образом общими способами созерцания и изображения либо внешней формой, ее несвободой или свободой, простотой или перегруженностью деталями и т.д., вообще теми аспек-

тами, где определенность содержания прорывается во внешнее явление, либо технической обработкой того чувственного материала, в котором искусство осуществляет свое содержание” [Гегель, 1968–1971, т. 3, с. 8]. Будучи созданиями духа, произведения всех искусств не статичны, они развиваются как живые организмы, и цикл их развития содержит периоды роста, расцвета и разложения, что соответствует трем стилям: “строгому”, “идеальному” и “приятному”. Таким образом, стиль, по Гегелю, есть “такой способ художественного воплощения, который столь же подчиняется условиям, диктуемым материалом, сколь и соответствует требованиям определенных видов искусства и вытекающим из понятия предмета законам” [Гегель, 1968–1971, т. 1, с. 305].

Возникновение одежды Гегель связывает, во-первых, с потребностью человека защитить себя от негативного воздействия природы и, во-вторых, с чувством стыда: после того, как человек осознал свое высшее назначение и превосходство над животными, он пытается скрыть те части своего организма, которые выполняют чисто животные функции и не указывают на духовное начало. Говоря об одежде с точки зрения искусства, Гегель отмечает абсолютную нехудожественность современной ему одежды, поскольку идеал художественности для него – одежда античная, свободно ниспадающая с плеч и образующая волнообразные складки, то есть бесформенную поверхность: “Эта податливость, благодаря которой внешнее облачение служит лишь для изменчивого выражения духа, проявляющегося в теле... и составляет идеальное начало в одежде” [Гегель, 1968–1971, т. 1, с. 174]. Современная одежда, напротив, утратила гармонию ниспадающего материала, который стал механически обработанным, бездушным, она “всецело поддерживается телом и играет только служебную роль; слишком резко выражая позу, она придает все-таки безобразный вид формам членов. Там же, где она могла бы получить самостоятельную форму, например в образовании складок и т.д., опять-таки лишь портной изготавливает эту форму, руководясь случайной модой” [Гегель, 1968–1971, т. 3, с. 140].

Гегель считает, что источником моды является тяга человека к изменению своей природной формы. Эта потребность присуща людям с самого детства и реализуется также в изменении внешних предметов и создании произведений искусства. Тем не менее философ находит изменение человеком собственной формы по большей части безвкусным, вредным и оправданным только при наличии высокой духовной культуры. Пользу и разумность моды Гегель видит только в том, что она постоянно меняет все преходящее и временное.

Противоположного Гегелю взгляда на понимание моды придерживается Ш. Бодлер. По его мысли, естественное, природное начало человека – низменное, грубое, земное по отношению к искусственному, приобретенному, возвышенному, ибо зло совершается естественно, без усилий, а добро требует определенного усилия и труда. Поэтому в естественности облика Бодлер усматривает это природное врожденное несовершенство человека, а попытаться уйти от него, приблизиться к идеалу прекрасного и совершенного можно только с помощью моды, то есть изощренной одежды, украшений, искусственности и т.п. “Народы, которых наша смутная и развращенная цивилизация с глупым высокомерием и самодовольством именует дикарями, ощущают духовность одежды так же непосредственно, как дети. И дикарь, и ребенок своей наивной любовью к блестящему, к разноцветным перьям, к переливчатым, ярким тканям, к высокой торжественности искусственных форм, свидетельствуют об отвращении к реальному и, сами того не зная, доказывают нематериальность своей души” [Бодлер, 1986, с. 308].

Такое понимание одежды в религиозно трансформированном виде существовало и в Средневековье. Как пишут Ж. Ле Гофф и Н. Трюон в своем культурологическом исследовании “История тела в средние века”, естественное человеческое тело без одежды (нагота) воспринималось как зло, опасность, дикость и связывалось с животным началом в отличие от прикрытого и одновременно украшенного одеждой тела, не имеющего ярко выраженной антирелигиозной и эротической подоплеки. В качестве

примера авторы приводят эпизод из романа Кретьена де Труа, в котором рыцарь Ивзйн сходит с ума и удаляется в лес, где живет голым, без одежды [Ле Гофф, Трюон, 2008, с. 138]. Именно с таким пониманием роли и функции одежды связан и средневековый диспут о том, будут ли люди, попавшие в рай, одетыми или нагими. Теологи раскололись на два лагеря: первые считали, что одежда станет по-прежнему оберегать стыдливость человека, вторые – что “после Страшного суда останется физическая нагота, так как первородный грех для избранных окажется искупленным. Коль скоро одежда является следствием падения, то не будет необходимости ее демонстрировать” [Ле Гофф, Трюон, 2008, с. 139].

П. Флоренский в “Иконостасе” рассматривает одежду как часть тела, как его продолжение. Подобно оживающей под красками поверхности тело преобразуется после покрытия его одеждой. Философ считает, что “духовным подвигом святые развили у своего тела новые ткани светоносных органов как ближайшую к телу область духовных энергий, и в наглядном восприятии это расширение тела символизируется одеждой” [Флоренский, 1996, с. 488], представляющей собой продолжение тела, вросшее в него. Именно через одежду передается метафизика человеческого существа.

В связи с концепцией Флоренского заслуживает особого внимания отношение к одежде у некоторых балканских народов (македонцев, жителей Боснии и Герцеговины), а также у уральских старообрядцев, считавших, что после смерти человека его душа остается в одежде, поэтому над одеждой покойного плакали, не стирали ее и вывешивали на чердак, чтобы душа “свилась” в ней [Толстая, 2005, с. 62].

По мнению Флоренского, в одежде отражается и духовный стиль времени. Изучая изменения в одежде (складки), можно понять, какие перемены происходили в обществе в какой-либо исторический период, так как все духовные переживания эпохи находят отражение в одежде: “И петровские реформы, новый духовный сдвиг долу, можно было бы в их сути предугадать по складкам иконописи. Еще далее, – одежды пузываются, складки получают характер изящного разврата и ухищренной чувственности, круглясь, в духе рококо, передавая с натуры случайное и внешнее: духовное мировоззрение разлагается, и даже неопытный глаз легко прозреет в иконописных явлениях времени грядущую революцию” [Флоренский, 1996, с. 490].

Р. Барт в “Основах семиологии” изучает моду как семиологическую систему, то есть анализирует ее с точки зрения смысла, не касаясь остальных аспектов этого явления. Опираясь на оппозицию Ф. де Соссюра *язык–речь* (по которой эти феномены не могут существовать друг без друга: нет языка без речи и наоборот), Барт утверждает, что всеобщая категория *язык–речь* присуща любым знаковым системам, в том числе и моде. Основываясь на этой категории, он выделяет три схемы в системе моды:

- словесное описание одежды в журнале. В печатных текстах о моде *речь* отсутствует, такое описание является *языком* в чистом виде: «одежда, описанная журналом мод, является *языком* на уровне “платьяной” коммуникации и *речью* – на уровне вербальной коммуникации»;

- фотография одежды. Что касается сфотографированной одежды, то “язык моды возникает здесь на основе псевдореальной одежды”, а сфотографированная манекенщица “представляет собой как бы застывшую *речь*, лишенную всякой свободы комбинаций”;

- реальная одежда. Классическое разграничение языка и речи, по словам Барта, можно найти только в реальной одежде. *Язык* здесь – костюм, а *речь* – способ ношения костюма [Барт, 1975, с. 122–123].

Исследовав систему моды и другие системы, Барт пришел к выводу: в семиологических системах нужно выделять “не два, а три плана: материал, язык и речь”. Это необходимо, когда “в указанных системах *язык* нуждается в *материале*, а не в *речи*...” [Барт, 1975, с. 126]. Так происходит и в случае с модой: «в выражении “*длинное или короткое платье*” “*платье*” выступает лишь в роли материальной опоры для варианта “*длинное–короткое*”; только этот вариант полностью принадлежит языку одежды» [Барт, 1975, с. 126].

В монографии “Система моды” Барт продолжает изучение моды с точки зрения семиологии, выделяя так называемый “псевдореальный” код, “единицы которого происходят из языка, а функции – из логики настолько общей, что она может объяснять некоторые отношения реальной одежды” [Барт, 2003, с. 82]. Так, по Барту, высказывание “*городские костюмы метаются белыми строчками*” в результате всех членений и трансформаций должно превратиться в псевдореальную формулу “*костюм+строчки+белое=город*”, являющуюся основой одежды-описания. Автор также выделяет простейшие элементы, из которых создаются высказывания о моде (например, *свитер с горизонтальным вырезом*), то есть минимальную структуру означающего – его вестиментарную матрицу, состоящую из объекта (вещи в целом – *свитер*), суппорта (поддерживающей объект вещи, детали или аксессуара – *вырез*) и варианта (качеств этой вещи, детали – *горизонтальный*) [Барт, 2003, с. 97]. Далее следует обширная классификация всех возможных предметов одежды, являющихся объектами и суппортами, а также перечень вариантов к ним. Данная классификация и есть система моды в узком смысле.

Анализ взглядов Барта позволяет сделать вывод, что мода в его концепции – двухчастная система, с одной стороны, открытая во внешний мир, “натуралистическая”, с другой – закрытая, “логическая”. Мода “отражает и внешний мир, и себя самое, строится то как программа поведения, то как роскошное зрелище” [Барт, 2003, с. 324], что дает основание философу рассматривать моду как систему значений в культуре.

Мода никогда не бывает статичной, постоянной, фундаментальной, она все время в движении. Об этом пишет Ж. Бодрийяр в работе “Символический обмен и смерть” (глава 3 “Мода, или Феерия кода”), считая, что знаки моды не обладают внутренней детерминированностью и поэтому могут бесконечно переставляться. По его словам, мода – это “реутилизация прошлого”; она притягивает людей, потому что вечно циркулирует, умирая и воскресая снова: “Удовольствие от моды – это наслаждение прозрачно-циклическим миром форм, отошедших в прошлое, но вновь и вновь воскресающих в виде эффективных знаков”. Мода имеет циклическое время, она «всегда пользуется стилем “ретро”, но всегда ценой отмены прошлого как такового: формы умирают и воскресают в виде призраков» [Бодрийяр, 2000, с. 170, 171].

С точки зрения Бодрийяра, мода черпает свою “легковесность” из смерти, а современность – из “уже виденного”, поэтому в моде соединяется, с одной стороны, отчаяние от того, что нет ничего вечного, а с другой – “наслаждение от знания, что за порогом смерти все сохраняет шанс на повторную жизнь...” [Бодрийяр, 2000, с. 170]. Идея такой потенциальной бесконечности моды находит свое продолжение в работе Л. Свендсена “Философия моды”. Основным принципом этого явления он считает постоянное увеличение скорости смены модных циклов и создание все новых и новых модных форм, ведь мода «нуждается в изменениях ради самих изменений, а не для “улучшения” объекта, к примеру, для его большей функциональности» [Свендсен, 2007, с. 38].

Говоря о всеохватности моды, о том, что ее влияние распространяется даже на консервативные сферы человеческой жизни, Бодрийяр видит в ней прежде всего “средоточие современной культуры” [Бодрийяр, 2000, с. 174], которое включает самые разные ее стороны. Исследователь отмечает и такую важную особенность моды, как заразительность. Мода притягивает, возбуждает необыкновенный интерес многих людей, что объясняется их желанием “спасти свою душу через моду”, приобщиться к чему-то “имморальному, легковесному”, что стоит “по ту сторону рационального и иррационального, прекрасного и безобразного, полезного и бесполезного...” [Бодрийяр, 2000, с. 180]. Именно эта легковесность, если верить Бодрийяру, и оказывается объектом запретов и табу, как противоречащая принципу пользы, на котором основывается культура.

В этом контексте уместно вспомнить о концепции игры Й. Хёйзинги, в которую идеально вписывается мода. Действительно, что, как не мода, в современном обще-

стве подходит под определение игры? По словам Хёйзинга, «инобытие и тайна игры вместе зримо выражаются в переодевании. “Необычность” игры достигает здесь своей высшей точки. Переодевшийся или надевший маску “играет” иное существо. Но он и “есть” это иное существо! Детский страх, необузданное веселье, священный обряд и мистическое воображение в безраздельном смешении сопутствуют всему тому, что есть маска и переодевание» [Хёйзинга, 2007, с. 34]. Эта мысль еще раз подчеркивает то положение моды, о котором писал Бодрийяр: она по ту сторону рационального и иррационального, ведь «даже для образованного взрослого человека в маске всегда остается что-то таинственное. Вид человека в маске уводит нас... из непосредственно окружающей нас “обыденной жизни” в иной мир, нежели мир дня и света. В сферу дикарей, детей и поэтов, в сферу игры» [Хёйзинга, 2007, с. 52].

Современная философская мысль обращается к одежде как к идее оболочки, упаковки. В “Проективном философском словаре” под редакцией Г. Тульчинского и М. Эпштейна разработаны новые термины и понятия, отражающие современные представления об одежде в ее отношении к телесности: “тегимен” и “тегименология”. Тегимен – философская категория, которая объединяет такие понятия, как упаковка, оболочка, обертка, одежда, футляр, то есть указывает на “бытие в аспекте его сокрытости, облаченности, прикровенности” [Проективный... 2003, с. 397]. Автор статьи Эпштейн пишет, что феномен и тегимен являются обратимыми понятиями, так как тегимен скрывает то, что феномен являет. Он делает вывод, что и тело, и одежда представляют собой тегимены: тело, скрывающее душу, – тегимен души; одежда, скрывающая тело, – тегимен тела. Тегименология же – философская дисциплина, рассматривающая оболочки, которыми человек окружает, “защищает” себя: одежду, жилище, искусственную среду обитания, то есть “мир **тегименов**... в отношении того, что они скрывают собой”. С точки зрения тегименологии, человек – это наиболее “сокровенное” существо, облаченное во множество покровов, первым из которых и является одежда. Изучая множество оболочек, которыми человек окружает себя, Эпштейн формулирует основное правило тегименальности: “Нет ничего явного, что не хранило бы тайну. Если есть явное, то есть и тайное. Если есть покрытие, то есть и сокровенное. Если есть тело, то есть и душа” [Проективный... 2003, с. 398].

В статье “Мистика упаковки, или Введение в тегименологию” Эпштейн более подробно рассматривает идею одежды-тегимена. Согласно его концепции, культура переняла идею упаковки у природы: так же, как в природе, все организмы защищены, сокрыты упаковкой (плоды – кожурой, животные – шкурой и шерстью). Так и человек стремится к собственной защите, окружая тело, свою первичную оболочку множеством других: “То, что тело само выступает как облачение, позволяет ему облачаться и дальше, задает ход цивилизации как совокупности покровов, вырастающих на теле человечества” [Эпштейн, 2004, с. 468]. Ученый рассматривает культуру как последовательность упаковок, за которыми нет содержания, а самосознанием такой культуры считает постмодернизм. Такое маниакальное желание человека заключить себя самого и окружающие его вещи в оболочку находит отражение, как пишет Эпштейн, в современном искусстве, в частности в творчестве болгарского художника Х. Джавачева, который упаковывает в ткани и другие материалы здания. Он “хорошо имитирует эту безграничную множимость одежды, облаченность и облакаемость, присущую культуре как таковой – точнее, человеку как одетому существу” [Эпштейн, 2004, с. 469].

Подводя итог анализу философии некоторых существующих в истории и современности концепций моды, можно сделать вывод о глубинных причинах, обуславливающих возникновение моды с точки зрения философии: 1) подражание как результат тщеславия (Кант); 2) тяга человека к изменению своей природной формы (Гегель); 3) потребность человека в игре (Хёйзинга). В концепции Барта мода – семиотическая система, социальный знак. Что касается одежды, то она – часть, продолжение тела (Флоренский) или, наоборот, его внешняя оболочка, упаковка (Эпштейн).

Причины возникновения одежды философы видят, во-первых, в потребности человека защитить себя (Гегель), во-вторых, в чувстве стыда (Гегель) и, в-третьих, в

стремлении уйти от природного, низменного начала (Бодлер). Вкус же мыслится как совокупность чувства и разума, индивидуального и общественного (Кант), как чувство прекрасного, пропущенное через призму культуры (Гегель). Стиль (художественный), по Гегелю, есть совокупность требований художественного материала и определенно-го вида искусства, реализованная в способе художественного воплощения.

* * *

Проведенный анализ формирует представление о философском дискурсе моды, без которого невозможно его понимание в современной русской культуре. Лингвистическая задача исследования дискурса моды (в том числе и философского) состоит прежде всего в том, чтобы выделить коды, используемые им в разных сферах культуры. Руководствуясь глубинными представлениями о моде (как и о любой другой абстрактной сущности), носитель языка неосознанно выбирает определенные, разрешенные русской культурой смысловые (семантические) коды, направляющие его речь, и в первую очередь – глагольно-адъективную сочетаемость имени **мода** и других имен данной концептосферы. По сути, моделирование смысловых кодов основано на метафоризации, “когда одно понятие структурно метафорически упорядочивается в терминах другого” [Лакофф, Джонсон, 1990, с. 396]. У имен идеальных сущностей нет своих предикатов, поэтому в речи о них используются вторичные предикаты – глаголы и прилагательные, которые в своей первичной функции обслуживают сферы гастрономии, медицины, спорта и др. Единственная возможность оречевления идеального феномена определяется его глубинной “вещной коннотацией” – проекцией на материальную субстанцию, имя которой выступает как его ассоциат (по представлениям культуры, субкультуры и отдельного говорящего).

Анализ статей из некоторых современных российских журналов и книги О. Вайнштейн [Вайнштейн, 2006] позволяет предложить следующую схему обобщения ассоциативных смыслов – ассоциатов, присущих русскому сознанию и направляющих речи о моде: образы, выводящиеся из глагольной, адъективной и именной сочетаемости, являются вариантами общего для каждой группы инварианта, архетипического смысла [Чернейко, 1997], который мы и называем “культурным кодом”.

1. Соматический код.

1.1. Гастрономический.

*В итоге некоторые платья были **нашпигованы** (здесь и далее выделено мной. – Д.Б.) электроникой, чтобы ими можно было управлять с пульта (“Harper’s bazaar”, март 2007, с. 145); Ее (стилиста Елены Лонской) профессиональное чутье и мастерство – та “**приправа**”, без которой модному “**блюду**”, возможно, не хватило бы **остроты** (“Образ жизни”, сентябрь 2007, с. 58); Придумайте свой собственный “**коктейль**”. Для этого надо сделать ряд совсем несложных действий. **Рецепт** идеально модного наряда-2007 предельно прост – надо взять любой из основных силуэтов какого-нибудь прошлого десятилетия, добавить к нему красок или блеска и оснастить получившееся яркими аксессуарами (“Семь дней”, 2007, № 10, с. 112).*

1.2. Медицинский.

*Идеальный тип французского мужчины – такой небрежный красавец, не выпячивающий свою любовь к моде, как итальянец, и не страдающий от **твидо-** или **макентошесамозависимости**, как британец (“GQ”, октябрь 2005, с. 120); ...Им (стилистам) нужно будет произвести что-то вроде “бархатной революции” и как-то **вылечить** наших модниц от **недуга** лейблпоклонничества ...лейблпоклонничество – все еще развивающаяся **болезнь** в Москве (“Домовой”, март 2003, с. 113); Планирование – один из **симптомов** этих наступающих перемен [Вайнштейн, 2006, с. 320].*

1.3. Сексуальный.

***Постельные сцены** летней моды (“Домовой”, июль–август 2002, с. 24); Отвлекаясь от персоналий, можно выследить начало **романа** между искусством и модой (“Домовой”, март 2005, с. 40).*

2. Спортивный код.

Два наряда **сошли с дистанции** как неподходящие общему духу коллектива (“Семь дней”, 2004, № 8, с. 70); И, представьте себе, после этого **шоппинг-марафона** мне достался всего лишь один пиджак от Дольче! (“Семь дней”, 2002, № 44, с. 64); В два раза меньше времени – а именно четверть века – ушло у вязаных пальто на новый **старт** к новым победам (“Семь дней”, 2003, № 42, с. 67).

3. Религиозный код.

Но чем дальше в народ уходила мода, растворяясь в объемах производств, тем больше скрытой тоски появлялось в глазах настоящих портных, истинных **жрецов** Великой **Богини** Моды (“Модный листок”, 2007, № 3, с. 13); Правда, кутюрье пока отрицают возможность своего массового **паломничества** в Нью-Йорк... (“Семь дней”, 2003, № 34, с. 54); Ведь все последнее время в моде **проповедовались** всевозможные спортивные стили и агрессивная сексуальность... (“Семь дней”, 2004, № 16, с. 68); **Культовый ритуал** денди – **поклонение** самому себе. У денди – есть свой **храм** – клуб Олмакс, и свои **священные книги** – модные романы. Главный **жрец** – некто Пэлэм... Это было эзотерическое **братство** ценителей запахов, разработавшее свои теории и **ритуалы**. **Адепты** считали парфюмерию высшим искусством, наподобие алхимии... [Вайнштейн, 2006, с. 454, 333].

4. Музыкальный код.

Кожа играет роль композиции, на фоне которой **звучат** другие компоненты (“Арбат-Престиж”, 2007, № 11, с. 107); На этой самой верхушке “генерал тренч” благополучно пребывает и по сей день, являясь постоянным источником вдохновения для модельеров, которые не устают придумывать различные **вариации на тему** знаменитого “армейского плаща” (“Семь дней”, 2007, № 16, с. 107); Другой новаторский **мотив** богемной моды – увлечение пестрыми этническими вещами и самодельными украшениями... (с. 564); Интересно, что нередко аромат упоминается в последней строчке стихотворения, текст как будто оставляет читателю заключительный ароматический **аккорд** [Вайнштейн, 2006, с. 564, 332].

5. Милитари-код.

А ведь оно (платье) начало **завоевывать** дизайнерские умы в 30-х, украсило фигуры модниц в 40-е и **захватило** улицы в 70–80-е годы прошлого века (“Семь дней”, 2007, № 36, с. 73); “**Генерал тренч** всегда в строю: не страшны ему ни время, ни капризы моды”, – шутят модельеры. Вряд ли английский предприниматель Томас Барберри, придумавший почти сто лет назад модель армейского плаща под названием “тренч”... мог предположить, что его творение со временем не только **выберется из окопов** и успешно “**демобилизуется**”, но и ухитрится залезть на вершину модного Олимпа (“Семь дней”, 2007, № 16, с. 107); В начале XX века дафлкот за его свободную форму **определили на английский флот**... Следом за матросами дафлкот **взяли на вооружение** французские умники (“GQ”, октябрь 2005, с. 120).

6. Юридический код.

В конце концов, он (Браммелл) как **законодатель** вкусов тонко чувствовал, в какой мере и с кем можно нарушать правила; ...под знаком возрождения классики телесность **обретает** новые **права** в культуре; Такие установки во многом восходят к **кодексу** аристократического поведения, строго предписывающему праздность; Многие лондонские щеголи специально шли прогуляться именно по Сент-Джеймс-стрит, чтобы представить свой костюм на **суд** всеми признанного **арбитра** и потом окольными путями разузнать его мнение; ...эстетика европейского декаданса **санкционировала** в образе идеального мужчины толику женственности... [Вайнштейн, 2006, с. 97, 127, 231, 285, 330].

7. Ботанический код.

Возможно несколько вариантов **скрещивания** объема и длины: объем плюс мини или макси, но без новаторского объема (“Семь дней”, 2007, № 10, с. 114).

Важно отметить, что на современном этапе развития русского языка активно осуществляется перенос предикатов моды на субстантивы других сфер, о чем свидетель-

ствуют такие сочетания, как: *У нас никогда не было цели развивать что-то по неким лекалам, это совершенно неэффективно* (“Итоги”, 3 декабря 2007, с. 81); *Женщины частенько мысленно примеряют парней своих подруг: “подошел бы он мне или нет?”* (“НМ”, 2007, № 3, с. 38); *Он так и появился перед нами без грима, с неодетым лицом* (“НТВ”, 22 мая 2007 г.); *Потом я обязательно иду в баню – после этого тело становится волшебным легким и как будто неношеным* (“Домовой”, сентябрь 2006, с. 146); *Очень важна аранжировка – это одежда песни* (“Литературная газета”, 2006, № 42, с. 10), а также словосочетания *перекраивать пространство, ткать нить разговора, отутюжить* (в значении “отругать”, “применить физическую силу”), которые можно сопоставить с такими известными фразеологическими единицами, как *примерить роль, выкроить время, строчить письмо, перекроить на свой лад, шить дело, укоротить язык, трещать по швам, шить белыми нитками, мерить на свой аршин*, а также паремиями (*Человек божий обшит кожей* – В. Даль).

В заключение следует подчеркнуть, что через вышеперечисленные коды мода соотносится с соответствующими сферами русской культуры, которые оказываются открытыми для тегименического кода.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Барт Р.* Основы семиологии // Структурализм: “за” и “против”. М., 1975.
Барт Р. Система моды. М., 2003.
Бодлер Ш. Поэт современной жизни // *Бодлер Ш.* Об искусстве. М., 1986.
Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. М., 2000.
Вайнштейн О.Б. Денди: мода, литература, стиль жизни. М., 2006.
Гегель Г.В.Ф. Эстетика. В 4 т. Т. 1, 3. М., 1968–1971.
Кант И. Антропология с прагматической точки зрения // *Кант И.* Собр. соч. В 8 т. Т. 7. М., 1994.
Лакофф Д., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем // Теория метафоры. М., 1990.
Ле Гофф Ж., Трюон Н. История тела в средние века. М., 2008.
 Проективный философский словарь. СПб., 2003.
Свендсен Л. Философия моды. М., 2007.
Толстая С. Тело как обитель души: славянские народные представления // Тело в русской культуре. М., 2005.
Флоренский П.А. Иконостас // *Флоренский П.А.* Собр. соч. В 4 т. Т. 2. М., 1996.
Хёйзинга Й. *Homo ludens* / Человек играющий. М., 2007.
Чернейко Л.О. Лингво-философский анализ абстрактного имени. М., 1997.
Эпштейн М.Н. Мистика упаковки, или Введение в тегименологию // *Эпштейн М.* Знак пробела. О будущем гуманитарных наук. М., 2004.

© Д. Башкатова, 2009