



Семиотика женской французской моды: от Средневековья до современности

А. А. Кальщикова

*Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия
anastasia_kalshchikova@mail.ru*

Аннотация. В статье анализируются семиотические свойства женского костюма в аспекте исторического развития французской моды. Также раскрывается семиотический статус костюма как функционально взаимосвязанного ансамбля предметов одежды. Проведенный анализ раскрывает разнообразие знаковых характеристик женской моды, что, в свою очередь, раскрывает костюм как выдающийся пример коммуникативной структуры. Выбор темы определен высокой социальной и этической значимостью одежды и моды.

Ключевые слова: семиотика, знак, мода, женский костюм, семиотика костюма

Для цитирования: Кальщикова А. А. Семиотика женской французской моды: от Средневековья до современности // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2023. Вып. 13 (881). С. 37–42.

Original article

Semiotics of French Women's Fashion: from the Middle Ages to the Present

Anastasia A. Kalshchikova

*Moscow State Linguistic University, Moscow, Russia
anastasia_kalshchikova@mail.ru*

Abstract. The article presents results the analysis of semiotic properties inherent to women's costume within the framework of the historical evolution of French fashion. Additionally, it elucidates the semiotic status of costume as a functionally interrelated ensemble of clothing articles. The conducted analysis unveils a diversity of symbolic characteristics within women's fashion, consequently presenting the costume as an outstanding example of a communicative structure. The choice of topic is determined by the high social and ethical significance of clothing and fashion.

Keywords: semiotics, sign, fashion, women's attire, semiotics of costume

For citation: Kalshchikova, A. A. (2023). Semiotics of French women's fashion: from the Middle Ages to the present. Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities, 13(881), 37–42.

ВВЕДЕНИЕ

В одежде, являющейся неотъемлемой принадлежностью человека, органично соединяются утилитарный и эстетический смыслы. К тому же, она представляет собой также социальный, психологический и культурный феномен, обладающий способностью передавать разнообразную информацию о своем носителе посредством различных знаков и символов. Знаковая функция одежды является предметом исследования семиотики.

Следует отметить, что современный человек существует не только в реальном мире, но и в мире знаков и символов, которые представляют собой своего рода код, содержащий информацию о различных областях окружающей среды. С развитием человеческого общества увеличиваются и усложняются окружающего его знаковые системы, поэтому в настоящее время возрастает значимость семиотических исследований.

О СЕМИОТИКЕ ОДЕЖДЫ: ИСТОРИЯ ВОПРОСА

Значительное влияние на развитие семиотики оказал Ролан Барт – французский философ, литературовед, эстетик и семиотик, представитель структурализма и постструктурализма. Проявив интерес к работам Л. Ельмслева, Р. О. Якобсона, П. Г. Богатырева, К. Леви-Строса и др., он пришел к выводу о важности семиотического анализа культурно-социальных явлений. Значительным событием в культурной сфере Франции стала его книга «Система моды» (1967), представляющая собой семиотико-структурный подход к анализу моды. Используя модель знака Ф. де Соссюра, Р. Барт представил моду как своего рода систему двусторонних знаков – означающих и означаемых. Он обосновал, что знаковая система костюма является неотъемлемой частью социокультурного информационного поля. Заслуга Р. Барта в том, что благодаря его работам проблематика одежды как знаковой системы выделилась в отдельный раздел семиотики.

В своей более поздней работе «Семиотика как приключение» (*L'aventure sémiologique*) Р. Барт представил конкретные рассуждения о семиологии объекта, подразумевая под объектами материальные структуры с определенной функциональностью и узнаваемой внешней формой. Он предлагает рассматривать объекты не только как материальные предметы, но и как знаковые системы, которые взаимодействуют с культурой и обществом, сообщая определенные смыслы и значения [Barthes, 1985].

Р. Барт выделяет два важных аспекта: «переходную ценность» и «значимую ценность». Понятие переходной ценности (*valeur transitive*) означает ситуацию, когда знак может иметь несколько разных значений или интерпретаций в зависимости от контекста. Это понятие связано с тем, что знаки и символы не имеют фиксированных и однозначных значений, а их смысл может меняться в разных ситуациях или культурных контекстах. Значимая ценность (*valeur signifiante / valeur valorisée*) указывает на то, что значение знака может быть усилено или изменено в определенной ситуации или контексте благодаря взаимодействию с другими знаками. Это связано с тем, что знаки в языке или системе культуры имеют не только собственное значение, но и могут приобретать дополнительные значения в зависимости от того, как они сочетаются с другими знаками.

Таким образом, объекты обладают способностью создавать смысл, выражать идеи, чувства или намерения, стремясь привлечь наше внимание. Р. Барт определяет объект как продукт, созданный обществом, которому дано имя, соответствующее его функции. Эти объекты, предназначенные для конкретного использования, являются невербальными средствами коммуникации, которые эффективно передают информацию; аналогично нашей речи, они несут в себе смысл.

В любой форме коммуникации ключевыми фигурами являются отправитель и получатель. Отправитель стремится передать информацию и воздействовать на других через свой объект, который в данном случае представляет одежду и все его компоненты, такие как форма, фактура, стиль, выбор цвета и т. д. Сообщение становится понятным и осмысленным благодаря определенным критериям, которые утверждаются обществом и культурой и информируют получателя. Одежда несет в себе разнообразные знаки, которые люди дешифруют и интерпретируют, чтобы получить информацию о носителе (например, его личность, возраст, профессия и т. д.).

Каждый знак, включая костюм, обладает двойственностью, т. е. представляет собой сочетание означающего (сама одежда) и означаемого (социальный смысл одежды). Если анализировать только визуальные аспекты знака (в данном случае материальные компоненты костюма), то теряется смысловая составляющая (идея, которую он несет). Поскольку в знаке они сливаются в нераздельное целое, ограничение анализа только материальными элементами не дает полного представления о костюме.

Согласно Р. Барту, объект, в данном случае одежда, приобретает значение как знак только в контексте общества и согласования между его

членами [Барт, 2003]. Именно общество придает объекту коммуникативную способность. Р. Барт указывает на исторический пример римских солдат, которые использовали покрывало на плечах в качестве защиты от погодных условий. В этот момент покрывало еще не являлось предметом одежды, не имело имени и значения, оно просто служило практической цели. Однако позднее оно было названо «пенула» и получило значение, связанное с военным статусом. Таким образом, в этом смысле можно сказать, что объект лишен значения вне социального контекста.

Знаковая система и социокультурные аспекты одежды эволюционировали постепенно на протяжении всей ее истории. С течением времени, по мере перехода от примитивных обществ к обществам с более сложной экономической структурой, стили одежды менялись, становились более изысканными, и появились первые признаки социальных дифференциаций посредством одежды. Анализируя одежду сквозь призму множества эпох, мы имеем дело с конкретной преобладающей формой, характеризующей определенный период времени.

СЕМИОТИКА ФРАНЦУЗСКОГО ЖЕНСКОГО КОСТЮМА В ДИАХРОНИИ

Средневековая культура основывается на трех аспектах: христианство, разложение античной культуры и наступление варваров. Стремление отойти от обыденности, от привычных форм человеческого тела и приблизиться к духовному и недостижимому можно увидеть в атрибутах средневековой одежды. Отсюда происходит использование множества завязок и шнуровок, способных сдавить тело, узкой обуви, сжимающей ступни и придающей движениям особый ритм, а также высоких головных уборов, формирующих определенное положение головы [Boucher, 1987].

В женской одежде эпохи Средневековья можно увидеть диалектику между земным и духовным, ведь, с одной стороны, согласно церковным стандартам одежда обязана символизировать аскетичность и отсутствие телесности, а с другой – выражать женственность и материнство. Эта оппозиция находит свое выражение в выборе определенных цветов, покрытии головы, ног и рук при открытии плеч, а также симметричной аранжировке геральдических элементов.

Как известно, несмотря на сложившийся стереотип об изменчивости женского костюма, в исторической перспективе женская одежда демонстрирует значительно большую степень стабильности, чем мужская. Йохан Хейзинга

аргументирует стабильность основных форм женского платья как результат воздействия социокультурной системы норм и ценностей. С другой стороны, постоянные изменения в мужской одежде обусловлены отсутствием подобных строгих ограничений для мужчин [Хейзинга, 1997].

Костюм Средневековья в условиях четкого разделения общества на сословия и жесткой ритуальности был насыщен высоким уровнем семиотической значимости и жестко установленной системой символов. Так, символическое значение имели цвета. Например, пурпурный цвет мог быть связан с королевской властью, белый – с чистотой и духовностью, черный – со смирением или сожалением. Цвет был также знаком определенного сословия. Средневековые правила исключали возможность применения чужой цветовой палитры в одежде, например, запрещая яркие цвета тканей для простолюдинов. Нарушение подобных норм подвергалось строгим санкциям [Boucher, 1987].

Положение в социальной иерархии также определялось по головному убору: в то время как простолюдинки особым образом покрывали голову и шею тканью (сооруженная конструкция именовалась *la guimpe*), представительницы высших сословий носили колпаки (*hennin*), по высоте которых определялся социальный статус и титул. Такую же информацию несла длина шлейфа платья и даже длина носка обуви. Известно, что представители Церкви порицали ношение платьев с длинными шлейфами (*robes à queues traînantes*). Так, настоятель из Вижюа (*prieur de Vigeois*) говорил, что «этот хвост придает женщинам вид змей» (другое название шлейфов было *queue de serpent*) [Challamel, 1881].

В эпоху Возрождения происходило новое развитие знаковой системы. Античность становилась центральной идеей, вокруг которой вырабатывалась эстетическая направленность. В этот период формировались индивидуальный рост, свобода выбора, независимое мышление. Разнообразные знаковые системы, включая костюм, живопись, архитектуру, способствовали формированию личности, созданию нового облика человека, соответственно, новой манеры поведения. Переход от связи «человек – Бог» к «человек – человек» изменил костюм. Эпоха Возрождения впервые позволила костюму выразить индивидуальность. Ренессансный человек определял себя через общение, творчество и науку.

В рамках новой семиотической парадигмы костюм перестает служить выражением общей стандартизованности индивида и начинает функционировать как инструмент идентификации, зависящий от контекста, такого как социальный

статус, семейное положение, гендерная роль и т. д. Так, например, юбка (*cotillon*) и фартук (*tablier*) были предметами гардероба исключительно у крестьянок и служанок. Маркером более высокого положения были кружевной воротник (*fraise*) и каркасы для подола платья (*vertugadin*).

Тем не менее основной задачей костюма в этой новой эпохе становится выражение уникального облика индивида и подчеркивание его индивидуальности. Это событие в мире костюма способствовало развитию феномена моды.

Согласно Ж. Бодрийяру, мода возникает в период Возрождения, когда проявляется «открытое состязание в знаках отличия» [Бодрийяр, 2000, с. 114]. В кастовом обществе моды не возникало, поскольку каждый человек был привязан к своему социальному статусу, межклассовые перемещения были исключены. Знаки моды были ограничены запретами, обеспечивая тем самым их четкую интерпретацию; каждый символ служил индикатором социального положения. Таким образом, согласно Ж. Бодрийяру, «с концом обязательного знака наступает царство знака эмансипированного, которым могут теперь одинаково пользоваться все классы» [там же]. Новые знаки больше не выражали дискриминацию, а скорее конкуренцию, и они были освобождены от каких-либо принудительных ограничений, став общедоступными. Например, упомянутые ранее кружевной воротник (*fraise*) и каркас (*vertugadin*) могли носить как представители высшего класса, так и среднего, что стирало прежнюю жесткую дифференциацию между сословиями.

Более того, посредством использования знаков престижа, ассоциированных с разнообразными социальными стратами, автоматически инициируется явление подделки. Этот процесс представляет собой переход от лимитированного числа знаков, производство которых подвержено ограничениям, к массовой продукции символов в соответствии со спросом. Такой реплицируемый символ уже не имеет ничего общего с обязательным и ограничено распространяемым знаком. Его создание не происходит за счет искажения «оригинала», а путем экстенсивного использования материала, прежде полностью ограниченного [Бодрийяр, 2000].

Подделка существовала на всех уровнях, от одежды до интерьеров. Так, в женском костюме это были ложные накладные рукава, надевающиеся под рукава основного платья, накладные воротники, стомак (*la pièce d'estomac* – декоративная вставка для корсажа).

В последующие эпохи в связи с увеличением ассортимента новых моделей одежды разнообразие форм и наименований начало отражать

различные социальные коннотации. Некоторые из этих ассоциаций унаследовали свои значения из прошлого. Например, каждое новое коронационное женское платье создается с учетом традиций и символических значений, которые связаны с монархией. Оно может содержать элементы, отсылающие к предыдущим монархам, а также символизировать единство и стабильность королевства. В этом смысле коронационное платье является важным знаком власти и континуитета, подчеркивающим историческое и культурное наследие монархии.

Со временем развивались и эволюционировали новые уникальные социокультурные интерпретации, а также активно пересматривались традиционные представления, соответствующие духу сменяющейся эпохи. В культурной парадигме новой эпохи происходит существенное изменение в межличностных отношениях, конструируемых не столько под воздействием авторитарного религиозного канона, сколько в силу вновь установленных этикетных нормативов. Этот процесс вызывает метаморфозу семиотического компонента знаковости в сфере моды.

Так, в эпоху барокко язык, зашифрованный в символах вееров и мушек, являющихся частью костюма, предоставлял женской половине общества беспрецедентную возможность для невербального общения, тайной переписки с представителями противоположного пола. Это был способ, которым они могли выразить свои эмоции, намерения, чувства и даже личные убеждения и взгляды, не прибегая к словесной речи, и в то же время создать уникальный и недоступный для многих язык.

Шнуровка корсажа, изначально предназначенная для функционального удобства, при более тщательном анализе приобретает глубокие семантические значения. В контексте моды XVIII века в эпоху рококо она становится символом искусства аранжировки арабесок и орнаментов, выражая эстетическую идеальность женского костюма. Практически этот элемент переводит аспекты образа женщины в семантическую плоскость, демонстрируя особое положение женской элегантности в контексте эстетических ценностей. С семиотической точки зрения шнуровка представляет собой маркер, от которого зависит конструкция определенного смысла женщиной.

В конце XIX века наблюдалось формирование более сложной социокультурной системы, что сопровождалось размыванием границ классовой дифференциации и социальной идентификации индивида. В данном контексте одежда стала функциональным символом, представляющим экономическую систему, в которой функционирует

индивид, и отражающим его социальный статус в этой социально-экономической структуре. Профессиональные атрибуты индивида в экономике могут быть анализированы через концепции *cols blancs* (белые воротнички) и *cols bleus* (синие воротнички). Таким образом, деловой костюм представляет собой разновидность униформы, которая визуально отражает экономическое и профессиональное положение индивида.

Введение брюк (*pantalons*) в женский гардероб во Франции XIX века представляет собой значимый семиотический сдвиг. Несмотря на то, что этот предмет одежды не был массовым (ввиду указа от 29 октября 1793 года, предписывающего соблюдать различие) и чаще носился под платьем, он символизировал освобождение женщин от традиционных общественных ролей и подчеркивал стремление к равноправию и независимости в сфере одежды и самовыражения. Это явление было частью общего движения к освобождению женщин и изменению их статуса в обществе [Steele, 2003].

В XX веке, который характеризовался «глобальной неустойчивостью», расплывчатостью традиций, моральных норм и образцов поведения, акцент начинает перемещаться с индивидуального «Я» на конфликт между индивидуальностью и окружающей средой, как это отмечено российским философом И. С. Коном [Кон, 1984]. Однако этот конфликт рассматривается как всеобщий и неизбежный. В стремлении разрешить эту дилемму человек начинает утрачивать свою психологическую целостность и оказывается запутанным в сложной сети символов и образов, что постепенно приводит к потере его индивидуальности.

Костюм нового человека знаково олицетворяет адаптацию к быстро меняющейся общественной динамике. Смена в массовом обществе проявляется в увеличенном потребительском спросе на одежду, формировании новых стандартов престижа и образа жизни. Однако эта эволюция приводит к потере индивидуальности в пользу социальной принадлежности. Вместе с тем доминирующей семиотической моделью становится серийный костюм.

Массовая репродукция костюма и его автономия в символическом контексте обусловлены распространением новых семиотических знаков и артефактов в период промышленной революции. Ж. Бодрийяр детально анализирует это явление, выделяя особенности новых знаков, свободных от кастовых ограничений и создаваемых в массовых масштабах [Бодрийяр, 2000]. Теперь костюм формируется на основе заранее заданного и запрограммированного

кода, опережающего индивидуальные запросы. Мода становится кодификатором потребностей, предпочтений и образа жизни, устанавливая монополию. Реклама, СМИ, культурная индустрия и прочие медийные средства активно поддерживают и распространяют этот код.

В современной культуре модная одежда воздействует не столько на личность, сколько на потребителя. Люди, приобретая вещи, стремятся к идеалу моды, который постоянно меняется. Сегодня нет необходимости предсказывать будущую моду, потому что она неустанно сменяется новыми тенденциями в зависимости от требований рынка. Знаки старой моды разрушаются и сменяются новыми произвольно. Эти смены не обусловлены заменой символических систем, как в Средневековье, а представляют собой акты «бесконечного создания симулякров», подчиненных формальному коду, что ведет к «пустой, безответной комбинаторной свободе», как отмечает Бодрийяр [Бодрийяр, 2000, с. 129].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенный анализ костюма продемонстрировал эволюцию семиотических моделей в различные исторические эпохи, основываясь на культурных установках и принципах, характерных для соответствующих эпох. В средневековом обществе с жесткой социальной структурой существовала относительно унифицированная система знаков с устойчивыми и непреложными семиотическими значениями костюма. С течением времени костюм превратился в гетерогенную семиотическую систему, адаптированную к более сложному социокультурному контексту современного общества. Костюм постепенно становится многообразным и вариативным в своем семиотическом применении, а также предоставляет большую свободу в интерпретации его смысла.

Костюм представляет собой комплексную семиотическую систему, которая обеспечивает коммуникацию между индивидуумами не только на уровне вербального языка, но и через визуальные аспекты одежды и ее ношения как на осознанном, так и на бессознательном уровне. Одежда выступает в роли коммуникативного артефакта, выполняющего функции не только защиты и украшения, но также обладающего социокультурным смыслом. Этот смысл в основном базируется на общепринятых семиотических кодах и соглашениях, существующих внутри данного социума.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Barthes R. L'aventure sémiologique. Paris: Seuil, 1985.
2. Барт Р. Система Моды. Статьи по семиотике культуры / пер. С. Зенкина. М.: Издательство имени Сабашниковых, 2003.
3. Boucher F. 20 0000 years of fashion. The history of costume and personal adornment. New York: Harry N. Abrams, INC., Publishers, 1987.
4. Хейзинга Й. Homo Ludens. Статьи по истории культуры / Пер. Д. В. Сильвестрова. М.: Прогресс – Традиция, 1997.
5. Challamel A. Histoire de la mode en France la toilette des femmes depuis l'époque Gallo-Romaine jusqu'à nos jours. Paris: Hennuyer, 1881.
6. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. М.: Добросвет, 2000.
7. Steele V. The corset: a cultural history. Yale: Yale University Press, 2003.
8. Кон И. С. В поисках себя: личность и ее самосознание. М.: Политиздат, 1984.

REFERENCES

1. Barthes, R. (1985). L'aventure sémiologique. Paris: Seuil.
2. Barthes, R. (2003). Sistema Mody. Stat'i po semiotike kul'tury = The fashion system. Articles on the semiotics of culture. Moscow: Sabashnikovs Publishing House. (In Russ.)
3. Boucher, F. (1987). 20 0000 years of fashion. The history of costume and personal adornment. New York: Harry N. Abrams, Inc. Publishers.
4. Huizinga, J. (1997). Homo ludens. Stat'i po istorii kul'tury = Homo ludens. Articles on the history of culture. Moscow: Progres – Tradicija. (In Russ.)
5. Challamel, A. (1881). Histoire de la mode en France la toilette des femmes depuis l'époque Gallo-Romaine jusqu'à nos jours. Paris: Hennuyer.
6. Baudrillard, J. (2000). Simvolicheskij obmen i smert' = Symbolic exchange and death. Moscow: Dobrosvet. (In Russ.)
7. Steele, V. (2003). The corset: a cultural history. Yale: Yale University Press.
8. Kon, I. S. (1984). V poiskakh sebja: lichnost' i jeje samosoznaniye = In search of oneself: personality and its self-awareness. Moscow: Politizdat.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Кальщикова Анастасия Александровна

преподаватель кафедры лексикологии и стилистики французского языка

факультета французского языка Московского государственного лингвистического университета

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Kalshchikova Anastasia Aleksandrovna

Lecturer at the Department of Lexicology and Stylistics of the French Language

Faculty of the French language, Moscow State Linguistic University

Статья поступила в редакцию
одобрена после рецензирования
принята к публикации

28.09.2023
27.10.2023
28.11.2023

The article was submitted
approved after reviewing
accepted for publication