

УДК 316.728
ББК 60.5

И.В. ТРОЦУК, А.В. МОРОЗОВА

**СОЦИАЛЬНЫЕ ФУНКЦИИ ОДЕЖДЫ:
КОСТЮМ КАК ОБЪЕКТ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИНТЕРЕСА**

Рассмотрены основные междисциплинарные подходы к изучению феномена одежды, а также базовые концептуальные модели социологического анализа костюма. Авторы полагают, что в социологических исследованиях не оправдано использование лишь какого-то одного подхода и следует выбирать оптимальное для решения конкретной задачи их сочетание, однако семиотический подход предлагает наиболее интересные и эффективные инструменты интерпретации функций и кодов одежды в изменяющемся культурно-историческом контексте.

Ключевые слова: одежда, костюм, социальные функции одежды, социологический дискурс, семиотический подход, системы кодификации костюма.

Для социологического дискурса одежда — весьма необычный объект изучения, несмотря на то, что она играет огромную роль в повседневной жизни каждого человека и почти молниеносно отражает значимые социальные изменения. Неоднозначный «статус» костюма¹ в социологической дисциплине объясняется, во-первых, крайней рутинизированностью одежды: она интересует не только ученых, но и простых обывателей, поскольку сопровождает нас постоянно с момента рождения, поэтому нередко кажется исследователям недостаточно «высокой материей» для научных изысканий. Во-вторых, одежда — предмет весьма изменчивый, что обуславливает серьезные трудности в ее изучении: в каждую эпоху одежда имеет свои особые черты — пусть похожие на прежние формы костюма, но никогда им абсолютно не идентичные, и это порождает особый исследовательский интерес ученых, пытающихся зафиксировать, поймать через одежду ускользающую реальность, воплощенную в различных деталях костюма. В-третьих, социология — наука сравнительно молодая, обратилась к изучению одежды позже других наук, используя, адаптируя и модифицируя их теоретико-методологические наработки под собственные задачи.

Так, задача этнографии — изучение народов (современных и древних) как носителей особой материальной и духовной культуры, важную часть которой составляет одежда, поэтому основной метод этнографии — наблюдение (полевая этнографическая работа) за бытом народов, дополняемое анализом письменных и вещественных источников [2, с. 249—255]. Например, сравнительно-функциональный подход показал, что элементы древних женских украшений сохранились в головных уборах русских крестьянок XIX века: области расселения кривичей

соответствуют сходные по форме псковский, владимирский и ярославский кокошники, в узоре каргопольского кокошника обнаружено почти точное изображение женского височного кольца вятичей XIII века [3, с. 65]. В археологии элементы прошлых культур позволяют сделать выводы о материале и качестве костюма, но без понимания культурной специфики народа сложно понять применение артефактов — археологи вынуждены искать подтверждение своих предположений, изучая одеяния людей, изображенных на посуде, наскальных рисунках и т. п. [4, с. 55], чтобы выделить характерные особенности одежды через ее форму и покррой, проследить магическую символику различных эпох. Таким образом, этнографические и археологические исследования предоставляют социологии результаты анализа массы вещественных доказательств и особую терминологию, подкрепляющие социологические рассуждения о функциях одежды в прошлые эпохи.

Вполне аналогична и «полезность» истории моды для социологического анализа одежды: «К моде относятся самые различные понятия и явления нашей сегодняшней жизни. Это манера сидеть, ходить, говорить. Мода на ту или иную музыку, отдых в тех или иных странах, лечение теми или иными препаратами, курсы той или иной религиозной секты <...> Интерьер, кухня, наши вечера, наши прически, грим, аксессуары — всё это входит в модный кодекс. И историк моды изучает то неуловимое и подчас эфемерное, из чего и состоят те понятия, которые были перечислены» [5, с. 25]. Методы истории моды схожи с этнографическими: обращение к вещественным доказательствам, старинным фотографиям, описаниям в первоисточниках, но, в отличие от археологии и этнографии, здесь используются материалы, которые прошли некую дополнительную обработку (музейные экспонаты, книжные иллюстрации, картины и др.). Схожесть подходов историков моды и социологов состоит в том, что и те и другие рассматривают костюм в контексте определенных исторических событий и традиций.

¹ Понятие «одежда» здесь и далее используется в его словарном определении — как обозначение совокупности предметов (из ткани, меха, кожи и пр.), которыми покрывают, одевают тело (см., напр.: [1]), поэтому термины «одежда», «костюм» и «платье» выступают в статье в качестве синонимов.

Художники театральных костюмов имеют дело не с историческими оригиналами, а с их реконструкциями и адаптациями для конкретного спектакля: театральные костюмы нередко копируют лишь отдельные элементы и мотивы эпохи, потому что должны подходить современному актеру, помогать ему вжиться в роль и «перенести» себя и зрителей в заданную историческую эпоху, то есть театральный костюм обладает ярко выраженной демонстрационной функцией [6, с. 53; 7, с. 46]. Однако и для подготовки спектаклей иногда организуют экспедиции. Так, К.С. Станиславский для постановки трагедии А.К. Толстого «Царь Федор Иоаннович» снарядил экспедицию по старым монастырям и селам, в ходе которой были обнаружены парчовые облачения, жемчуга и другие элементы одежды той эпохи; актеры и художники по костюму Театра наций совершили экспедицию в село Сротски — мемориальный музей-заповедник В.М. Шукшина — для постановки спектакля по его рассказам. Представители же военного дела подходят к одежде исключительно с функциональной точки зрения, потому что военная форма должна быть, прежде всего, удобной и подходить для особых условий (местности, времени года, задач и обязанностей военных, защиты и т. д.), но в ней также силен демонстрационный компонент — любой военнослужащий должен уметь быстро выбрать правильное обмундирование и «считать» статус другого военного [8, с. 127].

Наиболее интересен для целей социологического анализа психологический подход, рассматривающий одежду, с одной стороны, как способ раскрытия внутренних характеристик человека, как «рассказ» о его деятельности, хобби, пристрастиях и т. п., а с другой — как средство влияния на жизнь и поведение людей. Например, в экспериментах одежда помогает перевоплощению, выступая в качестве «маски»: в известном эксперименте Ф. Зимбардо студенты, игравшие роль охранников, получили деревянные дубинки, униформу цвета хаки и солнечные очки, за которыми не было видно глаз, а «заключенные» были вынуждены надеть безразмерные миткалевые халаты на голое тело, резиновые шлепанцы, цепочки на лодыжки, которые должны были напоминать им о заключении и угнетенном состоянии [9, с. 32]. Люди легче соглашаются помочь незнакомому человеку, если его одежда говорит о высоком материальном положении или имеет отчетливые профессиональные маркеры (врача, полицейского, пожарного, военного и т. д.) [10, с. 405]. Группа американских психологов во главе с А. Галински пришла к выводу, что одежда оказывает огромное влияние на поведение своего «носителя»: «... надевая костюм, мы не только производим определенное впечатление на окружающих, мы также производим впечатление на самих себя» (цит. по: [11]). Участникам эксперимента были предложены одинаковые халаты, но одной группе сказали, что это халат врача, а другой — что защитный плащ художника: те, кто считал халат медицинским, вели себя максимально аккуратно,

сдержанно, дисциплинированно, как бы стремясь соответствовать роли врача; «художники» оказались крайне недисциплинированными, вели себя творчески и раскрепощенно. Иными словами, психологический подход близок социологии акцентом на социально значимых мотивационных процессах, которые можно и нужно типологизировать.

Уже классические социологические трактовки одежды как особого элемента повседневности акцентировали внимание на четырех ее основных «функциях»: показателя социального статуса и уровня богатства (Т. Веблен); выражения индивидуальности (Р. Сеннет); проявления модных тенденций (В. Зомбарт, Г. Зиммель); особого «языка» (М. Салинс). Т. Веблен считал одежду средством демонстрации другим того, насколько ты богат, — «дешевое платье делает дешевого человека»: хотя одежда изначально предназначена для защиты человека от природных явлений, многие готовы мерзнуть, чтобы выглядеть хорошо одетыми; самым престижным и богатым, начиная с эпохи Возрождения, считался тот, чья одежда свидетельствовала о невовлеченности в ручной труд [12, с. 126]. Веблен признавал, что погода влияет на выбор одежды, но социальная ситуация, как правило, оказывается более значимым фактором, особенно для молодых, хотя с возрастом защитные свойства одежды и становятся более важными по сравнению с демонстрационными. Веблен использовал историко-генетический и выборочный методы, чтобы выявить социальные и психологические факторы, порождающие тот или иной вид одежды: желание продемонстрировать свой статус определило появление роскошных платьев; потребность в защите тела — появление теплой, удобной одежды; желание быть «своим» — появление модного костюма; стремление продемонстрировать неучастие в производительном труде — появление красивых, изящных, но неудобных платьев; желание комфортно трудиться — появление одежды для рабочих и т. д.

Постепенно социологи признали за одеждой не только функцию демонстрации статуса, но и выражения индивидуальности. Согласно Р. Сеннету, капиталистическая индустриализация привела к разрыву между домом и улицей [13, с. 107]: внешний мир остался сферой социально-ролевой формализации внешнего вида, а дома тело стало восприниматься как нечто естественное, подлежащее самовыражению и комфортизации. Сеннет разделил одежду на два типа — для других и для себя, объяснив тем самым роль «других» в выборе костюма: если в XVIII веке люди стремились продемонстрировать свое социальное положение с помощью не самой удобной одежды, то, начиная с XIX века, предпочитают не выделяться из толпы и носить комфортную одежду.

Нельзя забывать и о том, что одежда — предмет, наиболее подверженный модным тенденциям. В. Зомбарт изучал моду с разных точек зрения: демографической (массовая потребность в одинаковых товарах и желание быть «как все»), социальной (формирование

новых классов), экономической (развитие массового производства), социально-психологической (изменение настроений в обществе) и др., а в случае одежды — и в контексте «уточнения потребностей»: «уменьшается склонность к плотному, крепкому, прочному; вместо нее появляется стремление к приятному, легкому, грациозному — к шку» [14, с. 95]. В то же время, согласно Ф. Дэвису, одежда способна «смягчать» социальные конфликты в случае очевидных противопоставлений и двусмысленностей. Например, популярность джинсов он объясняет тем, что они снимают противоречие элитизма и демократичности: «Джинсы выражают мудрые демократические ценности. Нет различий благосостояния или статуса, нет элитизма, люди противостоят друг другу вне этих различий» [15, р. 163], то есть джинсы — вид одежды, который принимают все, независимо от статуса, материального положения, внешности и т. д. (впрочем, качество джинсов может столь разительно отличаться, что позволит определить классовую принадлежность их владельцев).

Впервые трактовка моды как борьбы противоречий была предложена Г. Зиммелем, который, в отличие от Дэвиса, помимо общих тенденций выделил и два противоположных типа индивидов: первый тип воплощает принцип генерализации в имитации (например, бедняк подражает аристократу); второй следует идее специализации — это «теологический индивид», он «постоянно экспериментирует, безостановочно борется и опирается на свои личные убеждения» [16, с. 420], то есть в обществе всегда существуют те, кто создает новое, и те, кто им подражает. Центральным понятием зиммелевской концепции, объясняющим изменение моды, является класс: даже если все будут удачно имитировать друг друга, никакой моды не возникнет; не будет ее, если принцип имитации и во все перестанет действовать; но если добавить в схему классовые различия, то получится, что люди выглядят одинаково в своей группе и отлично — от других групп. Причем «как только нижние классы начинают копировать их стиль, высшие классы отказываются от этого стиля и принимают новый, который, в свою очередь, отличает их от масс; таким образом, игра счастливо продолжается» [16, с. 430].

Г. Тард также рассматривал моду на одежду в контексте процессов подражания, сформулировав геометрический, или «экспоненциальный», закон ее распространения: подражание носит нисходящий характер, осуществляясь от высших классов к низшим; низшие классы заимствуют у высших манеры, вид одежды и т. п., и происходит именно заимствование, а не перенос смыслов [17, с. 157]. Одежда всегда маркирует гендерные, возрастные, социальные границы, существенные для того или иного общества, но при заимствовании образцов одежды смысл костюма может меняться: например, первоначально в западноевропейском обществе детская одежда полностью копировала взрослую; затем маленьких детей (в том числе мальчиков) одевали в женские наряды (одежда

подчеркивала половозрастное различие между взрослыми мужчинами и всеми остальными), позже — в старомодную одежду; в XIX веке мальчиков из высших классов одевали, как взрослых из низших классов; в XX веке — в костюмчики матросов и рабочих, и подобная эволюция детского костюма отражала не только половозрастные характеристики, но и доминирующие в культуре каждой эпохи образы женственности, мужественности и детства [18, с. 44—59].

Новый взгляд на одежду как на особый «язык» возник в начале XX века благодаря работам фольклориста и этнографа П. Богатырева, обозначившего общую структурную взаимозависимость функций, выполняемых индивидуальным костюмом [19, с. 318—325]. На примере Моравской Словакии этнограф обосновал существование четырех базовых видов костюма в любом обществе, исходя из их функций:

1) повседневный костюм, прежде всего, практичен, менее важны в нем параметры классовой и статусной идентификации (включая вероисповедание, брачный статус, профессиональную занятость и возраст), региональной и национальной идентификации (принадлежность к определенному региону, народу, нации), а также эстетическая функция — костюм выполняет все эти функции посредством комбинации различных элементов;

2) иерархически упорядоченные по степени важности функции ритуального костюма — ритуальная, праздничная, эстетическая, региональной или национальной идентификации, практическая;

3) в церемониальном костюме (например, государственном служивом платье) важны ритуальная и эстетическая функции, затем следуют праздничная, идентификационная и практическая;

4) праздничный костюм выполняет, в первую очередь, праздничную, эстетическую, а затем уже практическую и идентификационную функции.

М. Салинс продолжил разработку идеи о том, что сложное сочетание элементов и видов одежды выполняет конкретные функции в социальной коммуникации, и предложил теорию, согласно которой «полный комплект одежды представляет собой утверждение, созданное определенным сочетанием его частей, контрастирующее с другими полными комплектами» (цит. по: [20, с. 145]). Например, цвет воротничка может многое сказать о виде труда, в котором занят человек (синий цвет говорит о рабочем труде, белый — о бюрократическом). Гендерные различия в платье маркируются с помощью рукавов (мужские всегда длиннее и сделаны точно по размеру, женские бывают и в три четверти, более свободные) и расположения пуговиц (пиджак демонстрирует половую принадлежность по пуговицам на левой и правой сторонах) и т. д. Для Салинса одежда — «язык», состоящий из «элементарных конститuentов и правил их комбинации», то есть каждый элемент гардероба способен дать объяснение как внешним социальным процессам, так и внутренним субъективным переживаниям человека.

Впрочем, подобное убеждение разделяют далеко не все ученые. Так, Г. Маккракен критически относился к трактовке одежды как языка, полагая, что язык имеет большую «свободу комбинаторики и производит непрекращающиеся дискурсы» [21, р. 43]. По его мнению, в одежде человек не располагает такой свободой, поскольку все мы имеем некие предустановленные стереотипы восприятия комплектов элементов костюма и новые их вариации, как правило, становятся для нас абсолютной загадкой — одежда почти всегда связана с относительно фиксированными значениями, в то время как язык может создавать новые. Кроме того, среди множества кодов существуют те, что считаются прежде остальных, поскольку они наиболее вняты для распознавания (в рамках конкретной социальной группы). При этом молодежь особенно сильно «вовлечена в символическую работу по развитию собственных стилей, а также по прочтению и декодированию стилей одежды других, соотношению этих стилей с музыкальными, политическими и социальными ориентациями» [20, с. 150].

Для социологии наиболее интересными социально значимыми функциями одежды представляются следующие:

- демонстрация (высокого) социального статуса;
- желание быть «своим» среди «своих»;
- убеждение в неучастии в производительном труде;
- удовлетворение потребности в комфортном состоянии;
- стремление быть «самим собой» и «кем-то» в глазах других;
- маркирование региональной и половозрастной идентификации;
- репрезентация доминирующих социальных ценностей (матриархат, патриархат и т. п.).

Определенный набор факторов оказывается ведущим в каждый исторический период, поскольку конкретная социальная реальность обнаруживает особые потребности, которые должна удовлетворять одежда, в связи с этим возникают новые ее виды и функции. Для оценки этих факторов и функций костюма в социологии применяется ряд базовых подходов: историко-генетический — рассматривает одежду в историческом контексте; психологический — особое внимание уделяет внутренним переживаниям и мотивам использования определенного вида костюма; историко-модно-реконструирующий — трактует одежду как проявление модных тенденций; семиотический — рассматривает костюм как особый язык, систему социальной коммуникации. Использование данных подходов в чистом виде в эмпирических исследованиях несколько затруднительно и даже бессмысленно, поскольку не позволяет увидеть объект изучения во всем многообразии его проявлений. Вероятно, наиболее оптимален для целей социологического анализа семиотический подход — он предлагает удобные и эффективные инструменты изучения функций одежды в меняющемся культурно-историческом пространстве. Попробуем про-

демонстрировать эвристический потенциал трактовки одежды как особого, социокультурно детерминированного сочетания кодов, рассмотрев наиболее общие коды одежды, характерные для всех культур.

Одежда существует с самых ранних этапов становления общества: уже в первобытную эру она была необходима для защиты тела от палящих лучей солнца, ветра и холода [22, с. 3]. В процессе приспособления к окружающей действительности, а также освоения орудий труда, одежды и утвари, у человека формируются первые эстетические взгляды, и постепенно он вносит в создание предметов (и одежды) свое понимание красоты: костюм — уже не просто ткань с защитной функцией, но и отражение уникального вкуса человека и эстетического идеала эпохи. Существуют предположения, что изначально одежда включала в себя и социальный код: человеку необходимо было не просто выжить в определенных климатических условиях, но и обозначить свою роль в племени. Кроме того, костюм всегда содержал в себе код развитости производительных сил: каждое общество обладает разными способностями в создании качественной одежды, прочной, утонченной и т. д.

Костюм всегда несет в себе код эстетического идеала эпохи — того, что на данный момент в культуре считается прекрасным. Обычно это образ «идеального человека», его внутренней сущности и внешнего облика, то есть, облачаясь в одежду того или иного вида, человек демонстрирует стремление к идеалу и создает определенный образ — каким бы он хотел выглядеть в глазах других. Ориентация на идеал неизбежна — ему можно не только следовать, но и идти против него, менять или создавать новый. Так, в Древней Греции идеалом был молодой, прекрасный воин — атлет с совершенным, тренированным телом, поэтому костюм той культуры был призван слегка подчеркивать формы фигуры, не изменяя их. В Средние века человеческое тело, особенно женское, считалось греховным, поэтому костюм стал широким и пышным, чтобы максимально скрыть естественный силуэт человека. Эпоха Возрождения породила новый идеал — личность со всей сложностью ее чувств и способностей, поэтому костюм становится более удобным, как бы выражая гармонию внутреннего и внешнего. Одежда Просвещения отличается спокойными формами, напоминает одежду древних культур, что связано с новым эталоном прекрасного — природой, способной очистить и вдохновить человека, поэтому воззрения людей устремились к античности, которая стала образцом для подражания.

Но, безусловно, в любую эпоху эстетический идеал носит классовый характер: несмотря на общее стремление к определенному идеалу, костюмы разных социальных слоев, хотя и напоминают друг друга, но различаются вследствие выполнения разных функций. Сравнивая, например, костюм аристократки XVIII века, не знакомой с тяжелым физическим трудом, с одеждой служанки, можно заметить, что при общих характерных чертах того времени между ними существует значительная разница, обуслов-

ленная образом жизни. Кроме того, в одну и ту же эпоху классы могут иметь различные этические представления, которые отражаются в их одежде. Так, глубокие женские декольте высших классов европейского общества XVII—XVIII веков были невозможны в народном костюме, где укороченная юбка являлась трудовой необходимостью, а в высших классах такая вольность считалась неприличной и недопустимой.

Наиболее стремительные и яркие изменения во внешнем виде человека и доминантных функциях одежды происходят в периоды значимых социальных потрясений (географические открытия, революции, войны, эмансипация женщин, научные открытия, протестные движения и т. д.). Причем трансформация костюма предполагает изменение всех его элементов, включая «аксессуары» (шляпы, парики, перчатки, нижнее белье, обувь), которые подчеркивают и усиливают проявленность и «считываемость» кодов одежды. Общая логика их эволюции такова: функции выкристаллизовываются постепенно, в зависимости от культуры они варьируют, но, появившись в конкретном географическом месте, быстро распространяются. Изначально одежда отвечала за демонстрацию успехов страны во внешней и внутренней политике, фиксировала стремление к эстетическому идеалу, маркировала социальное положение, следование традициям и почитание божественной природы, но и сегодня все эти функции не исчезли, а несколько трансформировались. Так, в ходе военных конфликтов одежда «научилась» защищать людей от ударов, а не только от воздействия климатических явлений. С XIII века платье выполняет функцию подчеркивания индивидуальности, появляются возрастные модели одежды. Снижение влияния церкви и догмата традиций стимулировало акцентирование функциональных характеристик костюма. С эпохи Возрождения одежда получила профессиональные отличительные знаки вследствие развития ремесел. Стремление к личному самосовершенствованию людей высшего сословия в эпоху Ренессанса обогатило демонстрационную функцию одежды — она была призвана маркировать не только социальное положение, но и наличие утонченного вкуса. Необходимость в отдыхе определила рекреационные функции одежды. С XIX века костюм обрел способность быть «деловым», позволяя человеку демонстрировать свои предпринимательские качества. Во второй половине XIX века появляются костюмы для путешествий. Во второй половине XX века одежда становится индикатором сближения культур, прежде всего восточной и западной. Постепенно одежда становится все более разнообразной и функциональной, и обычно новые функции и коды одежды выкристаллизовываются в высших социальных слоях.

По сравнению с предыдущими эпохами в современной одежде заметно усилилось стремление к самовыражению, индивидуализации и единству с природой (эко-одежда, ткани из природных материалов), желание быть своим среди «своих», подчеркивание возрастных

различий и функциональных особенностей (одежда для отдыха, сна, работы, вечера и т. д.), маркировка субкультурных черт. При этом сохранилась и дифференцирующая функция одежды. Хотя подчеркивание костюмом социального статуса сегодня не выражено столь резко, как в прежние эпохи: о социальной принадлежности говорит форма, качество, соответствие определенному образу, бренд, но в целом одежда стала более демократичной, поскольку людей больше интересуют комфорт и удобство — данное обстоятельство обусловлено, прежде всего, новым отношением современного человека к своему телу.

Одежда во все времена выступала своеобразным продолжением нашего тела, но раньше она заставляла человека «держаться в руках», соблюдать правила, знать «свое место» — сегодня же тело становится чем-то вроде художественного полотна, на которое проецируется внутренний мир и жизненная позиция (поэтому, в частности, столь популярны стали татуировки, которые изначально служили маркерами рода-племени в первобытных обществах). Сегодня массовое распространение получила спортивная одежда, которая используется не столько для тренировок, сколько в качестве незаменимого предмета повседневности (дома, на прогулках и т. д.). «Гибридная одежда, помещающаяся между спортивной и модной, стала той точкой, где встречаются одежда для активного образа жизни, прет-а-порте (готовое платье) и утонченный мир высокой моды. Теперь бегуны могут надевать цельные костюмы из синтетики с высокими аэродинамическими свойствами; эластичный каплевидный тюль используется для производства спортивных маек, а блестящие колготки — для бега. Практичные и декоративные, они в равной степени годятся и для выхода в свет, и для активного отдыха» [23, р. 149]. «Мода научилась у спорта приемам защиты и экипировки тела, а спорт — тому, как украшать тело и подгонять одежду к его формам; чувство полезности, функциональности, характерное для спорта, движет моду вперед» [24, р. 199].

На протяжении истории идеалы телесности менялись — были времена, когда особой популярностью пользовались полные люди: до XIX века «аппетитный» человек ассоциировался с красотой и добротой, с достатком и успехом. Сегодня мода пропагандирует, с одной стороны, здоровый образ жизни и нормальное телосложение, с другой — чрезмерно худых женщин и суперспортивных мужчин, и в то же время создает коллекции для полных людей, которые не желают или не могут избавиться от лишнего веса. Неудивительно, что современная одежда оказывается столь разной. Например, одежда, подчеркивающая стройность, худобу, и скрывающая «ненужные» складки, и специально сшитая для тех, кому важны, в первую очередь, качество, натуральный состав ткани и т. д.

Кроме того, современная одежда способна снижать остроту ролевых конфликтов. Каждый человек сегодня играет все больше ролей и занимает все больше соци-

альных позиций (работник, отец, муж, друг, спортсмен и т. д.). Одежда помогает нивелировать разницу ролей, подстраиваясь под индивидуальные возможности человека, делая его «универсальным» «супер-героем», который может успеть все и везде в одном функциональном костюме: одежда стала свободнее, менее формальной, «пересекла ролевые границы» [25, р. 178].

Современные люди вынуждены вести двойную жизнь — на «сцене» (на работе, в публичных местах и т. п.) и для себя (дома, с родными, друзьями, самим собой), и именно одежда позволяет совмещать эти форматы. Так, любители пирсинга и татуировок могут облачиться в деловой костюм — и вот уже перед нами обычные офисные служащие. От человека сегодня требуется правильно усвоить коды одежды, чтобы ориентироваться в обществе и уметь презентовать себя социально приемлемым способом. Так, одежда помогает «стать обычными» людям с дефектами внешности, всем, кто отличается от среднестатистического образа, — добавляя недостающие детали, убирая лишние, скрывая ненужные. Если раньше одежда создавалась прежде всего для «среднестатистического человека», то сегодня дизайнеры и производители стали задумываться об индивидуальных различиях людей: одежда — предмет повседневности, который может видоизменяться в зависимости от «типа» тела (карлики, инвалиды, «анорексика», толстяки и т. п.). Проблема отношения к «другому» телу стала особенно значимой: конечно, с развитием медицины, специальных технологий у «особых» людей появились возможности выглядеть/быть «полноценными», но именно одежда, учитывающая особенности их внешности, уменьшает различия и стирает границы между обычными людьми и социальными «инопланетянами».

В целом, современный костюм стал гораздо более функциональным, поэтому дизайнеры при проектировании новых моделей задумываются не только о его красоте, но и о том, какое настроение он может создать у своего обладателя, какую пользу ему принести (у высокой моды свои правила — она озабочена красотой, новизной и нефункциональна). Благодаря развитию науки появилась одежда со встроенными технологиями и специфическими функциями: с электронными сенсорами, медикаментозными веществами, заботящаяся о климат-контроле, гипоаллергенная, самовозобновляющаяся (ее не нужно стирать и гладить) и т. д. Например, фирма Phillips производит одежду с сенсорной системой, встроенным освещением и мобильной связью. Другое назначение современной одежды — терапевтическое (растет рынок тканей, снимающих зуд, лечащих шелушение кожи и т. д.). Так, баварская фирма «Tex-a-med» выпускает рубашки с добавлением серебра, что помогает при нейродермите; в Биотехнологическом институте текстильной индустрии в Хохенштайне разработаны ткани, выделяющие медикаменты, витамины или кремы, снимающие боли при ревматизме или снабжающие диабетиков инсулином. Рост функциональности костюма обусловлен

высоким темпом жизни современного человека и его огромным багажом ролей, поэтому разработка одежды неизбежно включает в себя изучение функций, которые должны в ней преобладать, — это определяет конструктивное и образное решение костюма, выбор материалов и обращение к поражающим воображение возможностям научных технологий.

Впрочем, современные новшества не вытеснили традиционные «идентификационные» функции одежды. Чтобы легче ориентироваться в нынешнем мозаичном обществе, в массовом сознании стали складываться стереотипы, основанные на внешнем виде человека — «синий чулок», «ботаник», «золотая молодежь», «офисный планктон» и т. д. Одежда позволяет «отсортировать» людей по внешнему виду, определяя дальнейшее общение и сотрудничество (собеседование при приеме на работу, знакомство на улице, в новой группе и проч.), благодаря особому коммуникативному коду костюма. Конечно, внешний вид не всегда совпадает с реальным положением дел, но одежда помогает передать внутренние ощущения и стремления человека заявить о себе или, наоборот, скрыться. Результаты социологических опросов показывают и наличие устойчивых представлений о том, как должны выглядеть люди разных профессий. Например, ученые в профессиональной одежде оцениваются как более компетентные, нежели их коллеги в обычной одежде. Пациенты больше доверяют докторам, одетым в традиционный белый халат, чем тем, кто носит удобные джинсы и футболки, однако предпочтение отдают врачам в полуформальной одежде (халат с джинсами), поскольку такой врач ассоциируется с человеком, знающим свою работу, но в то же время мягким и приятным [26].

Одежда позволяет человеку чувствовать себя «в своей тарелке» в любом месте, если он следует определенным дресс-кодам. Это касается не только закрытых вечеринок или балов, но и выставок современных художников и фотографов, куда лучше надеть вещи авангардных дизайнеров, чтобы продемонстрировать, что ты в «теме». Публичные фигуры позволяют себе эпатажные изделия, подчеркивая свою творческую, слегка «сумасшедшую» натуру. Посетители музеев на Западе используют самую удобную одежду, какая есть у них дома, потому что главное для них — насладиться наблюдаемым, а не показать себя [27, с. 139]; в России посетители музеев и театров, наоборот, предпочитают праздничные наряды, потому что визит в музей или театр считается «выходом в свет».

Итак, сегодня, помимо базовых функций и кодов, оформившихся в прежние исторические эпохи, костюм стал особым элементом потребления, удовлетворяя самые разные потребности самых взыскательных покупателей: научился сближать культуры и в то же время подчеркивать специфику каждой; позволяет человеку быть самим собой, свободно самовыражаться и чувствовать себя при этом телесно комфортно; помогает «скрывать» недостатки

и подчеркивать достоинства; соответствует быстрому ритму жизни и комфортизирует отдых; формирует устойчивые стереотипы, по которым легко ориентироваться в социальном пространстве; позволяет управлять поведением индивидов и социальных групп (униформа формирует чувство команды, брендовая одежда навязывает «статусное» поведение, демонстративное потребление); «умиротворяет» классовые, ролевые и гендерные конфликты; заботится об окружающей среде и здоровье человека.

Полифункциональность и многокодовость костюма будут только нарастать со временем благодаря взаимному проникновению и смешению культур в современном информационном, глобализирующемся и глокализирующемся обществе. Впрочем, говорить о будущих тенденциях в развитии систем кодификации и функций одежды пока сложно, хотя очевидно, что современное производство ориентируется на экономичность (производство одежды, которую может позволить себе каждый), высокую функциональность и удобство.

Сегодня появились модели-трансформеры, которые могут быть использованы в качестве различных элементов гардероба. Так, например, греческий дизайнер Иоанн Курбела создал кофту-трансформер — изначально распашная кофта с рукавами и удлиненными краями переда может стать кофтой с одним рукавом или обтягивающей кофтой с поясом, а также платьем, накидкой, платком на голову. Появилась одежда с применением нанотехнологий, с климат-контролем; с материалом, который не пачкается, из ткани прочнее, чем стальная проволока, не выцветающая на солнце, гипоаллергенная. Легкая, но теплая одежда для спорта; одежда, которая всегда хорошо пахнет, в которой не видно, как ты потеешь. Функциональность одежды будет нарастать и благодаря сотрудничеству дизайнеров с научными изобретателями. Хотя очевидно, что, несмотря на современные технологические разработки, в моде всегда будут ретро-модели и стиль «винтаж» — лучшее из прошлого, самое удачное сочетание удобства и внешних качеств.

Список литературы

1. Кузнецов С.А. Большой толковый словарь русского языка. — СПб., 1998.
2. Введенский Б. Большая советская энциклопедия. — М., 1955. — Т. 49.
3. Громов Г. Методика этнографических экспедиций. — М., 1966.
4. Токарев С.А. Истоки этнографической науки. — М., 1978.
5. Васильев А.А. Русская мода: 150 лет в фотографиях. — М., 2007.
6. Градова К., Гутина Е. Театральный костюм. Кн. 1 «Женский костюм». — М., 1976.
7. Зверева Н., Ливнев Д. Создание актерского образа. Словарь театральных терминов. — М., 2008.
8. Макнаб К. Военная форма: XX в. Военная энциклопедия. — М., 2004.
9. Зимбардо Ф. Социальное влияние / пер. с англ. Н. Мальгина, А. Федорова. — СПб., 2000.
10. Андреева Г.М. Социальная психология. — М., 2008.
11. Blakeslee S. Mind games: Sometimes a white coat isn't just a white coat // New York Times. — 2012. — № 1.
12. Веблен Т. Теория праздного класса / пер. с англ.; вступит. ст. С.Г. Сорокиной; общ. ред. В.В. Мотылева. — М., 1984.
13. Сеннет Р. Коррозия характера / пер. В.И. Супрун. — Новосибирск, 2004.
14. Зомбарт В. Народное хозяйство и мода // Избранные работы. — М., 2005.
15. Davis F. Fashion, Culture, and Identity. — University Of Chicago Press, 1994.
16. Зиммель Г. Избранное. Т. 2. Созерцание жизни. — М., 1996.
17. Тард Г. Законы подражания. — М., 2012.
18. Арьес Ф. Ребенок и семейная жизнь при старом порядке. — Екатеринбург, 1999.
19. Богатырев П. Народная культура славян. — М., 2007.
20. Корриган П. Социология потребления / пер. В. Горелова. — СПб., 2004.
21. McCracken G. Culture and Consumption: New Approaches to the Symbolic Character of Consumer Goods and Activities. — Indiana University Press, 1990.
22. Куреева Е.В. История костюма. Европейский костюм от античности до XX в. — М., 1976.
23. O'Mahony M., Braddock S. Sporttech Revolutionary Fabrics, Fashion and Design. — London, 2002.
24. Quinn B. Techno Fashion. — Oxford; New York, 2002.
25. Nathan J. Uniforms and Nonuniforms. Communication through Clothing. — New York, 1968.
26. Damon A.E., Sarkissian A., Cotilier C.Y., Staben N.M., Lee J.M., Youmans R.J. Dressed to influence: The effects of experimenter dress on participant compliance // Undergraduate Research Journal for the Human Sciences. — 2010. — Vol. 9.
27. Михеева М.А. Социальные функции костюма: костюм в предметной и культурной среде. — Н. Новгород, 2009.