

**Вероника Рацеева**

студентка III курса факультета Гуманитарных Технологий  
университета Высшая Антропологическая Школа

## ОПЫТ РАЗРАБОТКИ КОНВЕРГЕНТНОГО ПОДХОДА К ИЗУЧЕНИЮ ФЕНОМЕНА МОДЫ И ПРОВЕРКА ЕГО ЭФФЕКТИВНОСТИ НА ПРИМЕРЕ АНАЛИЗА ХУДОЖЕСТВЕННОГО СТИЛЯ АР ДЕКО

**Rateeva V. An Experience of Developing a Convergent Approach to Studying Fashion and Its Application in an Art-Décor Case Study.**

This paper is an attempt to elaborate an effective methodology for studying such cultural phenomenon as fashion. The idea of this research was inspired after a profound inquiry into quite an abundant literature dedicated to the all-round study of fashion. In the process of versatile historiographical analysis it became quite clear, that in spite of the fact that there is a weighty amount of heterogeneous researches in the humanitarian field, at least somewhat sharp categorial structure of terminological base as well as some general objective methodological directions to guide the researches through their study of fashion are absent.

Using this convergent approach for studying the cultural phenomenon of Art Décor made it possible to reveal and interpret a number of irregularities between non-material preferences (ideology) and their material objectification – that proves that the most popular and unfortunately dominating thesis that fashion has nothing to do with logics and appropriateness is not substantiated enough. Also it helped to contradict another popular opinion that the choice of fashionable samples is random and its mechanism cannot be described for it doesn't exist.

На сегодняшний день существует множество определений понятия «мода». Каждое из этих определений отражает определенный подход к изучению этого явления. Мода рассматривается как «процесс» (1), как «диалектика» (2), «феномен» (3), «явление» (4), «структура» (5) и т.д.

Приходя к изучению моды из разных наук, дисциплин или школ, изучая моду для различных целей, исследователи описывают феномен моды в различных терминах, понятиях и категориях.

Таким образом, сам феномен моды не является для исследователей привычным, устоявшимся, определенным и понятным объектом исследования. Некоторые авторы объясняют эту повсеместную неточность определений сложностью и неоднозначностью самого феномена «моды», понятию которого в силу широты объема просто невозможно дать емкое, всеобъемлющее определение (6).

Плюралистичность теорий и моделей анализа создает дискуссионное поле исследований, в рамках которого могут формировать-

ся междисциплинарные подходы к изучению этого феномена. Однако зачастую на первый план выходит следующая ситуация: описывая моду «новыми» словами, исследователи на самом деле просто в более адекватных для своей эпохи и сферы научных интересов терминах «строят» давно уже не новую ее модель.

Злоупотребляя семантическими оттенками отдельных категорий (различение которых обыкновенно имеет весомое значение только в рамках дисциплины, представителем которой автор себя позиционирует) и часто абсолютизируя понятия в своих определениях, исследователи тем самым провоцируют терминологическую путаницу, которая неизбежно ведет к подмене понятий.

Можно констатировать, что:

1. В ряде случаев мода является не собственно объектом изучения, а скорее источником для реконструкции более масштабных явлений, структур и процессов в области культуры;

2. В зависимости от реального объекта исследования (даже если он неосознан или не регламентирован в работах), и исследовательских установок, феномен моды «освещается», актуализируется довольно одномерно (разные исследователи видят специфику феномена по-разному).

Исходя из того, что мода — это объективный, существующий независимо от исследовательских установок феномен, который можно и нужно рассматривать как объект, множество, структуру, функции, процесс и т.д., решение этой проблемы видится в конвергентном анализе основных значительных и авторитетных интеллектуальных конструкций, применяемых в изучении моды или потенциально способных внести серьезный вклад в ее изучение.

Таким образом, **основная цель** данного исследования — «обнаружение» характеристик объекта во всем многообразии его внутренних процессов и механизмов, подструктур, функций и взаимоотношений с другими объектами исходя из знаний, наработанных в рамках всех гуманитарных дисциплин, и верификация полученной модели на практике — конкретном модном феномене — Ар Деко.

Главным объектом исследования является, собственно, феномен моды.

Принимая во внимание аргументированные выше положения, были сформированы общие методологические принципы исследования:

1. Изучая феномен моды как реальный объект, необходимо обращаться к самым разнообразным теориям и моделям, описывающим и интерпретирующим мир культуры — вне зависимости от их «дисциплинарной принадлежности»;

2. Совершенно неважно, «порождением» какой дисциплины являются те или иные концепции, установки и т.д. Но при существующем многообразии возникает задача конвертирования терминологического аппарата;

3. Феномен моды является культурно-антропологическим объектом исследования, поскольку а) феномен моды главным образом культурно обусловлен и б) поскольку именно антропология позволяет установить диалог между любыми гуманитарными течениями.

Для составления наиболее целостного взгляда на феномен моды важнейшей задачей исследования видится анализ и конвертирование существующих на сегодняшний день в научном мире представлений о моде в различных гуманитарных науках: социологии, социальной психологии, философии, семиотики, синергетики, экономической антропологии и др.

Для решения этой задачи был сформулирован следующий алгоритм исследования:

1. выделение существующих теорий, подходов, моделей и т.д., имеющих прямое или косвенное отношение к изучению моды;

2. качественный анализ рассматриваемых теорий, подходов и моделей;

3. выявление невербализованных, но имплицитно содержащихся в теориях определений понятия «мода»;

4. типологизация выделенных и реконструированных подходов;

5. выработка конвергентной инструментальной модели анализа феномена моды;

6. апробация полученной модели на примере изучения культурного феномена Ар Деко.

Таким образом, первая часть исследования посвящена изучению существующих в общегуманитарной сфере моделей и подходов к изучению феномена моды.

Уже на начальном этапе исследования обнаружилась некоторая «неполноценность» основного массива рассматриваемых теорий — в зависимости от того, автором какой дисциплины разработана та или иная теория — понятийный и методологический аппараты предлагаемого подхода тяготеют к «категориям» той или иной дисциплины.

Кроме проблемы «конвертирования» различных понятий и категорий, которая возникает в этой ситуации, существует и опасность «однобокости» анализа культурных феноменов при использовании любого из предложенных подходов. В результате качественного анализа ряда теорий и моделей, описывающих или затрагивающих феномен моды, оказалось, что по целому ряду параметров представляется возможной общая классификация всех теорий. В самом общем виде подходы к изучению моды можно разделить на две группы: «**контекстуализирующие**» и «**объективизирующие**» подходы.

Было выявлено, что для подходов «контекстуализирующей» группы характерно отсутствие попыток организовать все собранные до сих пор знания о моде, теории модных процессов, функционирования модных механизмов в общую систему. Т.е. в рамках

этого подхода проблема моды лишена научной самостоятельности и остается областью социальной реальности как источник для реконструкций обширных и общих исследований социальной природы в широком понимании смысла этого термина.

В результате классификации подходов «контекстуализирующей» группы в соответствии с теми функциями моды, которые исследователи выделяют как первостепенные, внутри типологии было выделено еще 2 группы подходов — по функциям социализации (Зиммель 1992, Тард 1992, Блумер 1984, Корриган 1997) и индикации (Веблен, Дэвис).

Вторая выделенная мной группа теорий - «объективизирующие подходы». К этой группе я отнесла подходы, изучающие моду как самобытное явление, как целостную самодостаточную систему и занимающиеся изучением ее внутреннего содержания, ее «морфологии», «языка», избегая при этом рассмотрения общекультурного контекста моды. В рамках этой группы подходов мной были рассмотрены теории Богатырева, Еннингера, Барта (2003), Ильина. Для каждой группы подходов я произвела выделение невербализованных, но имплицитно содержащихся в теориях определений понятия «мода» (в итоге получив пять определений).

На основании вышеизложенного системного анализа был выработан конвергентный (сочетающий в себе наиболее эффективные методологические установки обеих групп подходов) подход к изучению феномена. Этот подход обладает следующими характеристиками:

- междисциплинарность;
- «глобальность» и многоуровневость представления феномена;
- культур-антропологические установки (внимание к культуре во всех ее проявлениях);
- внимание к механизму нематериальных предпочтений с их материальной объективизацией.

Суть конвергентного подхода состоит в рассмотрении трех основных аспектов феномена моды: социокультурного, экономического и художественного.

Проверка эффективности предлагаемого подхода осуществляется на основании анализа художественного феномена Ар Деко.

Анализу трех вышеперечисленных аспектов Ар Деко предшествовало выделение ряда характерных для него стилистических особенностей, таких как:

- Откровенная геометризация формы;
- Эпатирующая орнаментальность, богат-

ство декора;

- Эклектика ретростилей и особое внимание к экзотике;
- Казуативность;
- Художественная «неидеологичность» стиля и его композиционная эклектика.

После выделения основных стилистические единиц модного течения, была произведена попытка проследить их обусловленность общим историческо-культурным контекстом периода и выявить те нематериальные предпочтения, которые получают свою материальную объективизацию в формах, материалах, художественном наполнении стиля Ар Деко.

В результате анализа трех аспектов художественного стиля Ар Деко были сформулированы следующие выводы:

1. Обнаруженное в результате изучения социокультурного аспекта (форм) Ар Деко несоответствие между идеологическими установками стиля и их материальной объективизацией является чисто внешним.

При применении для более детального изучения Ар Деко конвергентного подхода становится ясно, что нельзя напрямую ассоциировать наиболее часто употребляемые формы стиля с его идеологической программой, вырывая их при этом из общего социокультурного контекста. Связано это с тем, что геометризм Ар Деко не обладает той функцией, которую с ним стереотипно ассоциируют: упрощение во имя повышения функциональности. Геометризм Ар Деко — это, в первую очередь, средство для художественного выражения идеологических установок, обусловленных общими социокультурными настроениями эпохи.

Соответственно, можно предположить, что внешняя противоречивость художественных форм стиля и его идеологической основы скорее связана с нестереотипным, нетрадиционным использованием форм в общем контексте, чем с наличием реального внутреннего противоречия.

2. Проанализировав технологический аспект основных художественных стилей первой трети XX века, было выявлено, что идеологическая составляющая Ар Деко получает характерное воплощение в адекватных материалах. Не наблюдается никаких семантических противоречий между нематериальными предпочтениями и их материальной объективизацией. Роскошь, богатство, благополучие ассоциируются с дорогими, дефицитными материалами: редкие породы дерева, драгоценные металлы, полудрагоценные камни, слоновая кость и др. А общее представ-

ление о роскоши довольно примитивно с художественной точки зрения — налицо погоня за количеством в ущерб качеству.

3. После рассмотрения художественного аспекта Ар Деко, изучения орнамента и декора стиля и сопоставления полученных результатов с тенденциями в живописи, был сформулирован вывод, что допущение о существовании закономерности между художественным аспектом модных стилей и главенствующими художественными течениями абсолютно правомерно; между материальной (в данном случае - визуальной) объективизацией и нематериальными предпочтениями создателей стиля явных противоречий не наблюдается.

Использование конвергентного подхода для изучения культурного феномена Ар Деко помогло обнаружить и объяснить ряд несоответствий между нематериальными предпочтениями (идеологией) и их материальной объективизацией — что доказывает неправомерность распространенного (на сегодняш-

ний день преобладающего в историографии) мнения, что выбор модных образцов случаен, не обременен никакой целесообразностью, а описание его механизма невозможно, т.к. самого механизма не существует.

В дальнейшем за счет расширения круга анализируемых теорий представляется возможным создание более сложных моделей анализа феномена моды - например, выявление дополнительных функций, выявление механизмов реализации, а также соотнесение различных теорий в общие контексты генерализации — от индивидуально-психологического уровня до макросоциального.

В целом, на данном этапе «погружения» в проблематику наиболее целесообразным мне представляется сужение объекта исследования. Сегодня наиболее перспективным видится исследование более узкого, практически не разработанного феномена модности, то есть механизма депонирования нематериальных установок в материальные объекты.

## Литература

- Артюха Е.К. 2004. Парижский дизайн 1920-х годов: на стыке кубизма и Ар Деко // Материалы 7-ой международной научной конференции «Мода и дизайн: Исторический опыт – новые технологии». Санкт-Петербург. 30 июня – 3 июля.
- Барт Р. 2003. Система моды. Статьи по семиотике культуры. М.
- Блумер Г. 1984. Общество как символическая интеракция. Современная зарубежная социальная психология: Тексты. М.
- Блюмин М.А. 2004. Идеи симультанной живописи в тканях Сони Делоне // Материалы 7-ой международной научной конференции «Мода и дизайн: Исторический опыт – новые технологии». СПб. 30 июня – 3 июля.
- Богаткина А. 2002. Мода как социокультурный феномен. Омск. <http://www.univer.omsk.ru/omsk/socstuds/fashion/index>
- Виноградов А.В. 1979. Социальная норма и ее отражение в культуре. Типы в культуре. Л.
- Зиммель Г. 1992. Мода // Избранное. Т. 2. Созерцание жизни. М.
- Ильин В.И. Игра как социальное поведение потребителей // Хрестоматия «Социология потребления». <http://consumers.narod.ru/book/game.html>
- Килошенко М. Психология одежды, которую носят люди. <http://lpb.ru/print.php?id=2653>
- Кулахметова Т. 2002. Мода XX век: Энциклопедия. М. <http://www.artimage.ru/pages/f07wz.html>
- Тард Г. 1992. Законы подражания. СПб.
- Трубкина Е.П. 2004. Ар Деко в советской моде 1920-30-х гг. Материалы 7-ой международной научной конференции Мода и дизайн: Исторический опыт – новые технологии. СПб. 30 июня – 3 июля.
- Corrigan P. 1997. The Sociology of Consumption: An Introduction. London; Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications.