

УДК 811.133.1'37:391

## **МОДА ЯК ОДИН З ВИДІВ НЕВЕРБАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ (на матеріалі французької мови)**

**Лавошник В. С.**

*Харківський національний педагогічний університет ім. Г.С. Сковороди*

*У статті розглядається процес мовної номінації моди як невербального засобу комунікації в системно-функціональному плані, а також аналізується структура одягу-опису з позицій семіотики.*

**Ключові слова:** *невербальна комунікація, комутація, системно-функціональний комплекс.*

*В данной статье рассматривается процесс языковой номинации моды как невербального средства коммуникации в системно-функциональном плане, а также анализируется структура одежды-описания с позиций семиотики.*

**Ключевые слова:** *невербальная коммуникация, коммутация, системно-функциональный комплекс.*

*The article focuses on the study of the process of linguistic nomination of fashion as a nonverbal communicative means in the systemic-functional plane, as well as on analysis of the structure of clothes-descriptions from the position of semiotics.*

**Key words:** *nonverbal communication, commutation, systemic-functional complex.*

**Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими завданнями.** Невербальне спілкування – це комунікаційний процес, що реалізується за допомогою певних засобів – знакових систем. В світі все, що значить, так чи інакше пов'язано з мовою – не буває виключно речових знакових систем, вони завжди певним чином опосередковані мовою, наприклад, в системах зорових образів – заголовками, підписами, текстами ілюстрованих статей тощо [1, с. 416]. Будучи, власне, знаковою системою мова має унікальну властивість співвідносити власні знаки зі знаками будь-якої іншої семіотичної системи. Семіологія виявляється особливо корисною для дешифрування вестиментарного коду – системи знаків, які виражають, з одного боку, особливості, притаманні кожному індивідууму, а з іншого – численні зв'язки, які поєднують суб'єктів соціуму один з одним.

**Метою** статті є аналіз номінацій одягу в системно-функціональному плані, який донині не мав достатнього висвітлення у вітчизняній романістиці. Вестиментарний код це архаїчна система, яка передує будь-якому мовленнєвому акту. До того як звернутись до свого співрозмовника, люди обмінюються численними даними особистісного та соціального характеру завдяки своєму зовнішньому вигляду, зокрема одягу. Важливо розрізнити саму систему знаків одягу, особистісне сприйняття цієї системи окремим індивідуумом, а також ідеологічне сприйняття цієї системи групою людей [6].

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Процес мовного вираження невербальних засобів комунікації, до яких як артефакт відносимо й одяг, у сучасній лінгвістиці вбачають у своєрідному перекодуванні знаків однієї семіологічної системи (одяг) знаками іншої (мова), що в деякій мірі схоже з процесом перекладу. Як і будь-який переклад, мовна репрезентація невербальних засобів передбачає певну втрату інформації, яка компенсується доцільністю

процесу мовного вираження, усвідомленим вибором мови (або певних найбільш інформативних рис комунікативної ситуації, які підпадають під описання. Таким чином, головна особливість мовної репрезентації невербальних засобів спілкування полягає у тому, що в конкретному дискурсі вона отримує суб'єктивні, емоційно-оцінні прагматичні інтерпретації [2, с. 18; 4, с. 31]. Так, порівнюючи зображення одягу з його описом у модному журналі спостерігається не повне докладне словесне зображення кожної деталі костюму, а лише акцент, зроблений на тих деталях, які автор вважав доцільним виділити: "*Fatale et légère, la dentelle noire sur robe 50's, c'est l'uniforme irratable pour la night*" (8, р. 96). У цьому описі акцент зроблено на чорному мереживі, як основній деталі плаття у стилі 50-х років. Автор не зазначає ні довжину, ні колір речі, ні будь-які інші можливі деталі. Окрім цього, він нав'язує власне (як видавця журналу мод) ставлення до названої деталі. "*Рокове та легке чорне мереживо*" можна трактувати як деталь одягу, яка надає жіночності, і водночас владності особі, що її обирає. Цілком очевидно, що у цьому описі можна виділити не лише зображення зовнішніх характеристик комплексу, але також приписання щодо застосування, щодо місця / події, на яку буде доречно надягнути певне вбрання: "*безпрограшна "уніформа" для вечірки*".

З викладеного вище можна зробити висновок, що у висловлюванні, наведеному у журналі мод, передбачається принаймні дві інформаційні системи: власне, мовна система, тобто натуральна мова (французька), і вестиментарна система. Ці дві системи нерозривні: вестиментарна ніби покривається системою мови [1, с. 62]. Тобто, до мовного комплексу з денотацією та конотацією додається певний позамовний, наприклад, знакова система одягу [5]. Потрібно також сказати, що цей комплекс великою мірою характеризується індивідуалізацією.

Оскільки вестиментарний код включає особливості подвійного контексту особливої інтерпретації як того, хто передає інформацію, так і того, хто її отримує, він завжди виходить за межі об'єкту семіотичної науки. Також передача інформації була б неможливою, якби учасники комунікації не володіли спільним фондом лексичних та синтаксичних знань, який дозволяє декодувати вбрання один одного. Таким чином, той чи інший елемент одягу може бути інтерпретований лише завдяки системі одягу, прийнятій у суспільстві.

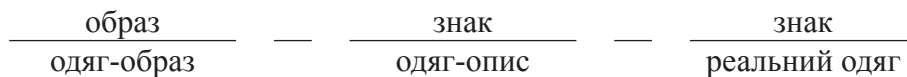
Як свідчить багатовікова історія, одяг ніколи не зводився до його суто функціонального призначення. Поряд з соціальною характеристикою людини, демонстрацією її суспільного та сімейного статусу, віку, професії, одяг завжди відображав етичні та естетичні ідеали суспільства, а тому виготовлявся згідно з провідним художнім стилем тієї чи іншої епохи та його окремим виявленням – модою. У сучасному суспільстві існує безліч норм та правил вибору одягу: в залежності від професії, заходу чи події, від віку людини чи її статі. Це так звані дрес-коди (від англ. *dress code*) – неписані, проте конвенційно прийняті у суспільстві правила, які тісно перемишуються з правилами етикету та вказують на приналежність людини до певного соціального кола професії тощо, наприклад, білий халат – уніформа для медичного персоналу, шкільна форма – для учнів). Суспільство визнає одяг естетичним тоді, коли він виявляє природну красу зовнішнього вигляду людини, підкреслює кращі його риси (статність, стрункість), пом'якшує та приховує недоліки, а за фасоном, кольором та малюнком відповідає віку людини, її професії, порі року та сезону.

Одяг, побутові речі – це ейфоричні системи, або, як зустрічається у роботах Р. Барта [1, с. 7], евфемічні, тобто такі, що приносять своїм користувачам приємні переживання, нерідко завдяки замовчуванню неприємних сторін дійсності. Головним фактором ейфоричності є сам код, тобто номінативні знаки, на яких будується система: завдяки йому людина відчуває у світі заспокійливу впорядкованість. "Людина любить знаки і любить, щоб вони були зрозумілими" [1, с. 390]. Як вважає автор монографії "Тема моди". Р. Барт мода завдячує своєю ейфоричністю тому, що створений нею текст не має темпоральності, а оповідання в ній фрагментарне.

Для кращого розуміння місця, яке займає знак на осі його етичних (особистісних) координат розглянемо трійсту опозицію "образ – знак – діло". У системі вестиментарної моди ця опозиція ніби спроектована в композицію системи та виражається через опозицію трьох видів повідомлення на сторінках журналу мод: зображення якогось комплексу одягу (1. одяг-образ), по-друге, опис того ж самого комплексу (2. одяг-опис). Логічно, що і зображення, і текст відсилають до того ж самого одягу (3. реальний одяг), проте вони мають неоднакову структуру: перший має пластичну структуру, матеріалами якої є форми, лінії, кольори тощо, а другий – вербальну. Щодо реального одягу, то його матеріалами не можуть бути ні мовні одиниці, ні, як би це парадоксально не було, форми. Оскільки в реальному житті ми завжди бачимо лише певну частину структури одягу. Тому, реальний одяг – це така структура, яка утворюється на рівні матерії та її трансформації [1, с. 37 – 38].

Говорячи про репрезентацію реального одягу на зображенні, або у вигляді тексту-опису, постає питання про засоби перетворення одного прояву одягу в інший. У сучасній лінгвістиці такі засоби називають *шифтерами* (за Р. Бартом), або *дейктиками* (за Р. Якобсоном). Оскільки ми розглядаємо три структури, тому повинно бути три види шифтерів: від реальності до образу, від реальності до опису та від образу до опису. Перший вид шифтера представлений викрійкою, яка схематично відтворює дії, що здійснюються під час пошиття. Другий вид шифтера – це інструкція, вказівки щодо пошиття; зазвичай, це текст, який різко відрізняється від літературного опису моди: він складається з самих майже дієслів та числових величин. При останньому виді переходу від зображення до тексту-опису використовуються еліптичні шифтери (*la/cette robe*), тому що друковане видання має можливість одночасно передавати повідомлення з обох структур [1, с. 40]. Таким чином всі три структури мають свої шляхи взаємоперекладу, залишаючись при цьому чітко розмежованими.

Схематично опозицію трьох видів повідомлення на сторінках журналу мод можна зобразити так:



де одяг-опис, коментуючи та експлікуючи образ, має складну знакову будову і є насиченим конотаціями, тоді як одяг-образ та реальний одяг вичерпуються своїм денотативним повідомленням: у першому випадку це передача візуального образу, а в другому – передача інструкцій до практичних дій. Одяг-опис знаходиться ніби між образом та реальним одягом, поєднуючи тим самим моду з зовнішнім світом.

Краще зрозуміти поняття одягу-образу та одягу-опису можна, порівнявши його з класичною опозицією мова – мовлення. За Бартом одяг-опис ("*vêtement*") співпадає з мовою як інституційний, абстрактний комплекс правил, а одяг-образ ("*habillement*") і мовленню як реалізація актуалізованої форми. Ця опозиція дійсна лише на рівні вестиментарної системи, а на рівні мови стає зрозумілим те, що описання завжди опирається на мовлення (напр. журналу). Таким чином одяг-описання це одночасно і "мова" – на рівні одягу, і "акт мовлення" – на рівні мовленнєвої діяльності.

В результаті такої двопланової репрезентації одягу на сторінках журналів мод виникає унікальний феномен "найменування означуваних", якого не має жодній іншій знаковій системі. Так, при стандартній семіотичній ситуації, описаний Ф. де Соссюром, означуване має імпліцитний характер. А у випадку означуваного в журналі мод воно не лише вгадується в одязі-образі, але й есплікується в спеціальному супроводжуючому тексті-описі. Цей текст здобуває метамовний характер, на кшталт підручника чи словника, що пояснює значення знаків.

На відміну від опису в літературі, де автор описує невидимий читачеві предмет, опис одягу в модному виданні є експлікація вже актуалізованого предмета (зображеного на фотографії),

тому у цьому випадку опис не повинен показувати предмет (інакше ми отримаємо плеоназм), а нести тільки таку інформацію, яку зображення не в змозі передати в повному обсязі. Таким чином одяг-опис має функції: пізнавальну емоційну та імобілізаційну.

Необхідно також сказати, що одяг-опис неодмінно є соціальним фактом. Навіть якщо модний одяг мав би виключно уявний характер, і не мав би жодного впливу на одяг реальний, одяг-опис в журналах мод все одно залишався б невід'ємним елементом масової культури, подібно до коміксів, кіно та популярних романів. Оскільки задача модного опису полягає не лише в тому, щоб запропонувати зразок для реального копіювання, але і, перш за все, широко розповсюджувати моду як смисл [1, с. 43].

Для з'ясування особливостей структури одягу-опису можна використати прийом комутації, тим більше, що в деяких випадках журнал мод сам відкрито його впроваджує. Так, у висловлюванні типу *le jean avec un beau pull moulant – au boulot, jean associé avec le tee-shirt – en soirée* (джинси разом з облягаючим пуловером – робочий варіант, джинси з футболкою та прикрасами – прекрасний вечірній комплект) (9, р. 99), перед читачем постають дві супутні варіації: варіація в одязі (поєднання джинсів з пуловером, або футболкою) спричиняє варіацію місця призначення комплекту одягу (для роботи, або ж для вечора), і навпаки, варіація місця призначення обов'язково призведе до варіації в одязі.

Однак вивчений матеріал не вичерпується вищеназваними двома класами – одягом та світом. В багатьох висловлюваннях журнал мод просто описує певну річ чи комплект не співвідносячи її з певними обставинами зовнішнього світу. Такі, як, наприклад: *Blouson sans manches, pull en cachemire et jean bleu* (9, р. 167); *pull, short, foulard en cuir et ceinturon noir* (9, р. 169); *peau de mouton, grands carreaux et denim brut* (9, р. 164) etc; в таких висловлюваннях, на перший погляд, присутній тільки перший клас – одяг. У такому випадку необхідно пригадати, що будь-яке висловлювання модного журналу має на меті передати сам смисл моди. Отже, при варіації деяких елементів в одязі-описі проходить відповідна варіація в моді. Тому замінити у вищезазначеному комплекті куртку без рукавів на куртку з рукавами, значить замінити модне старомодним. В усіх випадках, коли одяг не співвідноситься із зовнішнім світом, ми спостерігаємо іншу пару комутативних класів: одяг та мода. Проте, на відміну від першої пари, у другому випадку не всі члени є актуалізованими рівною мірою: якість *модності* майже ніколи не висловлюється прямо, вона залишається імпліцитною, так само як і означуване в слові. Таким чином всі висловлювання журналу мод можна розподілити на два комплекси: висловлювання комплексу А (одяг / зовнішній світ) та висловлювання комплексу В (одяг / мода).

На відміну від нематеріальних класів зовнішнього світу та моди клас одягу є набором певних матеріальних предметів, риса одягу не лише рівнозначна певній рисі зовнішнього світу чи твердженню *модності*, але й маніфестує їх. Іншими словами, відношення між одягом та зовнішнім світом чи модою підлягає лише одному застосуванню – своєрідному читанню: відтворенню еквівалентності між зовнішнім світом або модою та одягом, у чому проявляється одне з базових епістеміологічних відношень людина – універсум.

Таким чином, будь-яке журнальне висловлювання моди є знаком, який містить *означник*, утворений дискретними, матеріальними елементами – одягом, та нематеріальне *означуване* – зовнішній світ та моду. Наприклад, вся фраза *une veste de smoking noire ou fantaisie, quelques bijoux, et le jean 70's devient un jean de cocktail mondain* (9, р. 100) утворює знак, де джинси у стилі сімдесятих років разом з іншими речами – це вестиментарний означник, а світський коктейль – означуване зовнішнього світу.

Як прийнято в класичній лінгвістиці, знак – це поєднання означуваного з означником, яке повинно розглядатись з точки зору довільності та мотивації, тобто його подвійних засад – соціальних та природних. Зважаючи на складну синтаксичну природу вестиментарного знаку (він може мати одночасно кілька фрагментів означуваного та кілька фрагментів означника),

моду не можна звести до простої номенклатури, що утворює двосторонню еквівалентність між означуваним означником. Також складність вестиментарного знака полягає в його нестійкості: по-перше, система моди утворює нові знаки кожного року і тому діє лише на короткому синхронічному відрізку; а по-друге, її опозиції зазнають постійної нейтралізації.

В одній із своїх статей з семіотики культури під назвою "Семантика речі" [1, с. 425] Р. Барт констатує, що річ завжди постає перед суб'єктами соціуму як корисна, функціональна – як певна посередницька інстанція між людиною та світом; капелюшок слугує для захисту від сонячних променів, а плащ-дошовик – від дощу. Функція об'єкту завжди несе певний смисл: капелюшок вказує на літній відпочинок, а дошовик є знаком певного стану атмосфери. Проте відомо, що смисловий процес базується не на дії, а на еквівалентностях; іншими словами смисл не володіє транзитивністю; а тому можна сказати, що в речі йде, так би мовити, боротьба між активністю її функції та неактивністю її значення. Смисл дезактивує річ, робить її нетранзитивною, приписує їй фіксоване місце в рамках людської картини світу. На наступному етапі річ повертається від знака до функції, здійснюючи зворотний хід. Читаючи, наприклад, надруковані літери людина усвідомлює, що сприймає певне повідомлення. Проте річ, щоправда, несе певний смисл, навпаки, залишається функціональним об'єктом, навіть тоді коли сприймається як знак. Шлейки продовжують вважатись предметом одягу який слугує для підтримання брюк, навіть коли вони стають знаком певного індивідуального стилю в одязі їх власника. Тим більше мода може пропонувати шлейки, які виконують виключно естетичну функцію і не можуть належним чином виконувати їх первинну функцію – підтримку брюк. Тому таке перетворення знака в ірреально-утопічну функцію представляє собою важливий ідеологічний, культурний факт.

Важливим є питання про те, при яких умовах можна вважати певний факт знаком, або ж коли певний об'єкт стає значимим, а не суто природним або суто функціональним? Можна сказати, що знаковість об'єкту знаходиться ніби в потенційному стані, а порогом знаковості слугує соціалізація, момент входження предмета в громадський побут. Наприклад, можна уявити собі імпровізовану річ – "щось на кшталт того безформного покривала, яке накидали собі на плечі римські воїни, щоб захиститись від дощу" [1, с. 299], а як тільки ця імпровізована річ стала виготовляти спеціально, і була інституціоналізована під назвою "пенула", її захисна функція була зарахована до соціальної системи комунікації: пенулу почали протиставляти іншим предметам одягу і вона почала співпадати з ідеєю власного застосування, тобто, як і будь-який інший знак, почала протиставляти іншим знакам та передавати певний смисл.

Між знаками вестиментарної системи існує не лише дискретна впорядкованість, а й безперервний процес *перетікання смислу*. Яскравим прикладом якого може слугувати поняття вестиментарної системи, або *матриці* (за Р. Бартом). "В одязі-описі система лише подекуди залишає свій відбиток, але через матрицю цей відбиток ніби випромінює свій смисл на всю річ" [1, с. 101].

Складність структури вестиментарного знака полягає в тому, що не існує означників, які були б еквівалентними певному одному означуваному, тобто не існує жорстких зв'язків між ними. Так, наприклад, модна риса *вкорочене* може бути пов'язана з декількома предметами одягу (спідницями, брюками, рукавами), утворюючи кожного разу особливий смисл.

В даному випадку особливо цікавими будуть висловлювання, в яких сам журнал відкрито пов'язує варіацію означуваних з варіацією означників. Наприклад, рекомендації блузки з широкими рукавами на свята, а з вузькими – на роботу. У висловлюваннях такого типу є нерухомі загальні елементи, завдяки яким можна з легкістю виділити варіацію, яка спричиняє зміни в означуваному. В нашому випадку – це опозиція широкого та вузького. Також в цьому типі висловлювань присутні ще два елементи, без яких не був би можливий сам процес сигніфікації – це блузка та рукав, проте у них нерівна стійкість: блузка не змінюється (цей елемент знаходиться найдалше від варіації широке / вузьке), та не дивлячись на це, саме вона,

а не рукав є рекомендованою до свят чи на роботу. Таким чином, на основі вищевикладеного можна сформулювати основні умовні одиниці елементарної вестиментарної системи: 1. *об'єкт* (річ в цілому, тобто блузка), 2. *супорт* (виділена частина або деталь, тобто рукав) і 3. *варіант* (якість частини або деталі, варіація якої утворює процес моди, в даному випадку варіація широке / вузьке)\*. У висловлюванні процес значення ніби переміщується з одного елементу на інший: починаючи від деякої альтернативи (варіант), він проходить через окремих елемент (супорт), і в кінці ніби "насичує" собою всю річ (об'єкт). При цьому необхідно зазначити, що відмінність між об'єктом та супортом субстанційно значно слабша, ніж між супортом (або об'єктом) та варіантом. Річ та її деталь характеризуються єдністю субстанції, і тому в різних висловлюваннях можуть бути взаємозамінними.

**Висновки.** Така траєкторія смислу є однією з оригінальних особливостей структури одягу-опису. Так, в системі мови не існує об'єкта значення, оскільки кожна частина мовленнєвого ланцюжка є значимою; в мові все є смислом, і ніщо його не отримує. Навпаки, у вестиментарній системі інертність – це вихідний статус її елементів. Слово оволодіває об'єктами, і, не змінюючи їх, надає їм знаковості. Таким чином, нетривалість моди обумовлена не лише її сезонною мінливістю, а й тимчасовим характером її знаків. Така дистанційна розповсюдженість смислу деякою мірою схожа з естетичним процесом, у ході якого особлива деталь здатна повністю змінити образ цілого.

### Література

1. Барт Р. Система моди. Статті по семиотике культуры. – М. : Издательство им. Сабашниковых, 2003. – 512 с.
2. Дементьев А. В. Семантико-функциональные аспекты кинематических речений в современном английском языке: автореф. дис. ... канд. филол. наук: спец. 10.02.04 "Германские языки" / А. В. Дементьев. – М., 1985. – 21 с.
3. Кокоза Г. А. Дескрипції одягу в дискурсивно-прагматичному аспекті (на матеріалі сучасної англійської публіцистики): автореф. дис. ... канд. філ. наук / Г. А. Кокоза. – К., 2011. – 20 с.
4. Серякова И. И. Невербальный знак коммуникации в англоязычных дискурсивных практиках. Монография / И. И. Серякова. – К. : изд. центр КНЛУ, 2012. – 280 с.
5. Соссюр Ф. де. Заметки общей лингвистике. – М. : Прогресс, 1990. – 280 с.
6. André Guindon. L'habillé et le nu: pour une éthique du vêtir et du dénuder : essai. – University of Ottawa Press, 1997. – 307 p.
7. Julia Kristeva, Σημειωτική : Recherches pour une sémantanalyse, Paris, Seuil, 1969, – 75 p.

### Джерела ілюстративного матеріалу

8. ELLE, HEBDOMADAIRE, 10 février 2012, – 237 p.
9. ELLE, HEBDOMADAIRE, 5 octobre 2012, – 230 p.

### Примітка

\* У сучасній лінгвістиці існує декілька підходів до визначення умовних одиниць висловлювання. Поряд з вищевикладеною моделлю існує запропонована Г. Гійомом концептуальна схема висловлювання, що включає два компоненти *опору (support)* та *вклад (apport)*.