

Для цитирования: Конфедерат, О. В. Вестиментарная стратегия фильма и этические ценности времени / О. В. Конфедерат, Н. Г. Дядык // Социум и власть. — 2024. — № 1 (99). — С. 46—60. — DOI 10.22394/1996-0522-2024-1-46-60. — EDN ELHZSQ.

УДК 165.19 + 316.733

EDN ELHZSQ

DOI 10.22394/1996-0522-2024-1-46-60

ВЕСТИМЕНТАРНАЯ СТРАТЕГИЯ ФИЛЬМА И ЭТИЧЕСКИЕ ЦЕННОСТИ ВРЕМЕНИ

Конфедерат Ольга Владимировна,
Челябинский государственный
университет,
доцент кафедры истории России
и зарубежных стран,
кандидат культурологии, доцент.
Челябинск, Россия.
ORCID 0009-0006-1315-2662
E-mail: olga.confederat@yandex.ru

Дядык Наталья Геннадьевна,
Южно-Уральский государственный
гуманитарно-педагогический университет,
доцент кафедры философии
и культурологии,
кандидат философских наук, доцент.
Челябинск, Россия.
ORCID 0000-0002-9256-3438
E-mail: djadykng@cspu.ru

Аннотация

Введение. Интенсивность влияния визуальных медиа в формате фильмов и сериалов на культурную жизнь, достигающая пика в эпоху стримингового телевидения, ставит перед гуманитарной наукой задачу исследования визуального типа мышления, визуального сознания, отличного от классической визуализации вербального мышления в пластических искусствах.

Если исследователь намерен вывести из фильма или сериала ценностную систему, познавательную стратегию, актуальную для своего времени, визуальная среда может оказаться для него не менее красноречивой, чем протекающее в ней драматическое действие. Характер и качество этой среды складываются из множества чувственно воспринимаемых элементов: свет, цвет, движение и его хореография, звук, пространство, предметные референты и т. д. В совокупности они представляют собой не столько артикуляцию авторской мысли, сколько способ специфически визуального продумывания этой мысли. Сложное устройство визуально-мыслительных сред требует большой и систематической исследовательской работы.

В данной статье мы берем один наиболее очевидный предметный аспект видимого: вестиментарную стратегию фильма.

Цель — сравнивая визуальные составляющие фильмов разных десятилетий XX века, выделить паттерны, отмеченные предметными (вестиментарными) характеристиками, избыточными по отношению к драматическому действию; пользуясь кодом культурных универсалий, закрепляющих за концептом «одежда» функцию социокультурной и этической регуляции [1; 3; 5; 10; 15], выявить значение этих паттернов в контексте этического мышления эпохи.

Методы. В ходе исследования применялись общенаучные методы анализа и синтеза; метод феноменологической редукции, позволяющий фиксировать чувственно воспринимаемые качества предметно-пространственных экранных сред; герменевтический метод, позволяющий на основании видимых знаковых структур выявить сущностные интенции визуального образа. Ввиду поставленной задачи необходимым оказалось

привлечение некоторых понятий нарратологии (в частности, понятия фокализации) и методов корпусного анализа, принятого в лингвистике.

Научная новизна заключается в том, что мы подходим к визуальному источнику с позиций философско-культурологических, рассматривая визуальную среду фильма как форму и способ актуального социокультурного или философского мышления, обладающий специфическим (визуальным) инструментарием. Такой подход позволяет делать заключения на основании не только отдельных фильмов, но и больших источниковых баз.

Результаты. В ходе анализа авторами были применены к кинематографическим текстам XX века инструментарий современной визуалистики и понятийная база социофилософской этики. Это позволило обнаружить визуальные паттерны, общие для фильмов некоторых десятилетий XX в., а именно 1930-х, 1950-х, 1990-х гг., и связать их с этической проблематикой времени.

Выводы. Анализ источниковых баз, включающих кинематографические тексты, может проводиться путем системного анализа визуальных сред, представленных на экране. При этом могут быть выделены и описаны доминирующие визуальные паттерны, характерные для той или иной эпохи. Такая доминанта определяет акценты в образном целом и обнаруживает важные аспекты философско-культурной мысли, актуальной для своего времени, в том числе этической мысли.

Ключевые слова:
визуальная среда,
предметно-визуальный референт,
вестиментарная доминанта фильма,
фэшн-фильм,
этическая программа

Поступила: 12.12.2023

Принята: 15.02.2024

Дата печати: 30.03.2024

Права: © Конфедерат О. В., Дядык Н. Г. (2024).

*Опубликовано Челябинским
филиалом РАНХиГС. Открытый доступ
на условиях лицензии CC BY-NC 4.0.*

Введение

Включение фильма как источника в антропологическое, социологическое, философско-культурологическое исследование становится важной практикой современной гуманитарной науки. На основании анализа таких источников выносятся суждения о содержании и характере культурной памяти социума, о принятой в обществе этике труда, рецепции исторических событий, актуальной политэкономии, о модели гендерных отношений и т. д. Методика при этом, как правило, варьируется в пределах, обозначенных дискурсивным и нарратологическим анализом, то есть применяется либо к историко-культурному условию кинематографического явления, либо к нарративной структуре конкретных кинотекстов, либо сочетает два эти подхода. В качестве примера можно привести сборник статей «Кино и капитал» [10], где демонстрируется метод выведения нарративных элементов фильма к общей историко-культурной, экономической и социально-политической ситуации периода его создания (Кадочников Д. В. «Прохиндада, или Бег на месте»: кинематографический взгляд на общество и экономику СССР первой половины 1980-х гг.», Заостровцев А. П. «Фильм «Левиафан» как политическая экономия современной России», Лысаков П. В. «Достоевский, деньги и кино в «Карманнике» Робера Брессона»).

Между тем описание собственно визуального материала дает свои результаты, позволяющие не только корректировать сказанное в фильме, но и получить важную информацию о «несказанном», о некотором условии говорения.

Нарратологический подход к фильму должен учитывать специфику его знаков, отличных по своей природе от знаков лингвистических. Кинофотографические знаки репрезентируют физическую реальность средствами самой физической реальности, то есть сохраняют качество референта, факта внеязыковой реальности [11]. Но

благодаря фокализации, направленному вниманию внешнего или внутреннего рассказчика они уже являются интерпретацией этой реальности. «Обучая нас новому визуальному кодексу, фотографии меняют и расширяют наши представления о том, на что стоит смотреть и что мы вправе наблюдать. Они — грамматика и, что еще важнее, этика зрения» [22], — говорит С. Зонтаг.

Применяя к фотографии и фильму нарратологический метод, М. Баль считает нужным «на время забыть о мифической или исторической фабуле и вместо этого начать с произведения как такового» [26, с. 163], с визуального содержания его знаков, которые теперь предстают в качестве фокальных объектов. Так место иконографического описания и семиотического прочтения визуальных образов занимает их проблематизация: «Кто видит?» «Кого видят?», «Кто не видит?», «О каком акте видения идет речь?» [26, с. 169].

Нас занимает при таком подходе второй вопрос, поставленный М. Баль: кто или что становится видимым при определенной фокальной установке? И, напротив, что можно выяснить об установках смотрящего на основании перечня объектов, которые он готов и склонен видеть? Такие перечни составляет теория и история искусства, связывая предметные константы в живописи конкретной школы и даже конкретного автора с политической, экономической, социальной жизнью эпохи, с ее духовными и философскими установками [8]. Сходные задачи решает современная филология, выявляя определенные лексико-семантические поля в корпусе литературных текстов [14]. Тот же опыт получит критик фотографии, отмечая, например, отсутствие мертвых тел на снимках Р. Фентона времен Крымской войны и настойчивое включение трупов в снимки А. Гарднера, Т. О'Салливана и М. Брейди, запечатлевших Гражданскую войну 1861—1865 гг., подчеркивая избирательную склонность Д. Арбус видеть человеческие аномалии, а фотографов группы «Новая топография» (1970-е гг.) фикси-

ровать объекты заброшенных промзон, безлюдные бензоколонки, парковки, городские окраины.

Наблюдения за кинопроцессом XX в. позволяют заметить регулярность обращения отдельных режиссеров, направлений, групп и целых поколений к референтам определенного типа. Так, например, для фильмов А. Тарковского, датированных 1970-ми годами, важны вещи жилого интерьера как ближайшего человеческого мира, Дома («Зеркало», 1972, «Солярис», 1974). Но эта тенденция заметна и в фильмах режиссеров его поколения: И. Авербаха («Монолог», 1972, «Объяснение в любви», 1977), А. Кончаловского («Дядя Ваня», 1970, «Романс о влюбленных», 1974), С. Соловьева («Станционный смотритель», 1972, «Мелодии белой ночи», 1978) [13]. В эти же годы в кинематографе Европы замечается регулярное и зачастую подчеркнутое внимание к алиментарным предметам и актам: «Диллинджер мертв» (1968) и «Большая жратва» (1973) М. Феррери, «Синдбад» (1971) З. Хусарика, «Сладкий фильм» (1974) Д. Макавеева и др.

Работа по классификации референтов в кино только начинается, в то время как в лингвистике и филологии работа с семантически сходными языковыми элементами ведется не одно десятилетие и достигает значительных результатов. На наш взгляд, будет продуктивным применение методов анализа лексико-семантических полей к визуальным источникам. Во всяком случае, схема такого поля: доминанта, ядро (группа лексем-понятий), центр (классы основных понятий), периферия, смежные поля [19], — вполне применима к фильму или корпусу фильмов. Выделяя паттерны, маркированные той или иной группой референтов, можно констатировать предметно-алиментарную, предметно-вестиментарную, ландшафтную и т. д. доминанту фильма, его периферийные и смежные референтные поля. Такой анализ дает представление о намерениях автора, создающего образ гармонического или агонального мира из референтов

определенного типа, связанных в культурном опыте человека со средой обитания (ландшафт, интерьер), чувственной интенсивностью мира (алиментарные объекты) или социальным регламентом (одежда).

Вестиментарный предмет как объект фокализации

Направленное внимание (фокализация) внешнего или внутреннего рассказчика выделяет референт в пространстве кинокадра и придает ему значимость семантической единицы, своего рода визуальной «лексемы». Группа однородных референтов образует предметно-смысловое поле, доминантное (центральное) или периферийное в пространстве фильма. В рамках данной статьи мы выделяем вестиментарные референты.

Одежда, жилище, приготовленная еда суть базовые культурные формы, неотъемлемые от человеческого существования и как будто неизбежно присутствующие в любом повествовании о человеке. Однако, история кино, так же как история литературы и пластических искусств, знает и продолжительные периоды незаинтересованности пищевыми продуктами (например, 1960-е гг.), и состояния «бездомности». Но за исключениями, лишь подтверждающими правило, люди на экране всегда как-то одеты. Тем важнее точно определить предмет нашего исследования.

Мы принимаем сейчас одежду в качестве комплексной культурной универсалии, функция которой состоит в социокультурном означивании тела, в вестиментарном кодировании этноса или нации, которым принадлежит человек, его происхождения, сословия, статуса, гендера, переживаемых человеком свободы или несвободы, страха или беспечности, траура или праздника и т. д. [23]. Когда Р. Барт добавляет к этому перечню «защиту» и «стыдливость» (назовем это шире — этикой), он, собственно, охватывает все культурные функции одежды: прагматические (защита), эстетические, этические, нор-

мативные и символизирующие: одежда служит еще и для того, «чтобы обозначать защиту, стыдливость или украшение» [4, с. 42].

Культурно-символизирующая роль одежды в фильме мыслится настолько естественной и привычной, что зритель без сомнений принимает костюм как характеристику персонажа или, если речь идет об общем вестиментарном порядке фильма, как характеристику времени и места действия. Исследователь-гуманитарий (культуролог, филолог, социолог, историк) волен рассматривать вестиментарную стратегию фильма как часть нарратива, особенно в случае костюмно-исторических лент, или как источник информации о модных тенденциях времени. Последнее сегодня особенно актуально. Понятия «кино», «одежда», «мода» в разных комбинациях определяют концептуальную основу многих современных исследований. При этом различаются как наиболее значимые:

- подход к кинематографу как наглядной истории дизайна одежды в XX в. [6; 12],
- трактовка экранного костюма в аспекте социально-этического табуирования или, напротив, сопротивления существующим моральным запретам [1; 5; 18],
- подход к фильму как промоутерскому инструменту модной индустрии [6].

Два первых подхода не предполагают обязательной вестиментарной доминанты фильма. Целенаправленное внимание исследователя может совпадать, а может и расходиться с фокальными установками автора. Во всяком случае, не всегда ими руководствуется.

Последний подход утилитарен и не учитывает иные мотивы авторской вестиментарной фокализации, кроме производственных. Вместе с этим он исключает и сам фильм как целое, поскольку участие какого-либо знаменитого кутюрье или модного дома в производстве фильма никогда не бывает ограничено узко-рекламными задачами. Самый экстравагантный или

уникально-брендовый костюм всегда связан с общим художественным замыслом и воспринимается зрителем только в его контексте.

Нас занимает авторская фокальная установка. Она определяется в устройстве визуальной среды фильма, в том числе, в его предметно-референтных областях. При таком подходе первая задача исследователя — доказательно определить доминанту фильма (в нашем случае — вестиментарную). Вторая задача — выяснить социокультурные причины авторской фокализации, напрямую связанные с исторической реальностью.

Вестиментарная доминанта фильма

Мы находим два признака вестиментарной доминанты в фильме:

- а) повышенная нарративность костюма,
- б) избыточность вестиментарного референта по отношению к кинематографической наррации.

Первое предполагает, что важные узлы сюжетного действия и драматургически важные состояния персонажа специально маркируются яркими вестиментарными референтами. В качестве примера приведем хотя бы сцену из фильма «Сегодня мы живем» (1933, США, р. Г. Хоукс). Британская аристократка (актриса Джоан Кроуфорд) в окружении скорбящих слуг читает письмо с известием о гибели ее отца на фронте первой мировой войны. Момент дважды трагичен: согласно сюжету героине приходится продать родовое поместье богатому американцу и поселиться в садовом флигеле. Зритель принимает к сведению эту информацию, но все внимание его поглощено расположенным в центре кадра платьем Кроуфорд из серого крепа с ассиметричной остроугольной планкой, отделанной ярко-белой полосой и словно взлетающей наискось, как птичье крыло, над правым плечом героини (дизайнер костюма Г. Адриан). Перфекционистский лаконизм костюма, его ли-

нейная и цветовая энергия, изысканная строгость находятся в прямом драматургическом соответствии с сюжетными обстоятельствами, визуализируя достоинство и силу духа героини.

Другой пример мы находим в кино 1990-х. Это одна из первых сцен «Бойцовского клуба» (1999, США, Дэвид Финчер). Режиссер отмечает христианский мотив фильма библейской пластической цитатой, и это не крест, не терновый венец, вполне ожидаемые, если учесть «хождение по мукам» главного героя. Это плат святой Вероники. Правда, он превращен в бесформенную ти-шотку Мита Лоуфа с отпечатком праздных слез Рассказчика, но таков уж сарказм автора.

Любопытный сюжетно-вестиментарный ход мы видим в это же десятилетие в фильме «Орlando» (1992, Великобритания, С. Поттер). Порядок философско-антропологических рассуждений автора артикулируется чередой вестиментарных формул, определяющих гендерную, социально-статусную, имущественную и тому подобную идентичность персонажа в разные эпохи европейской истории. В один из переходных моментов персонаж остается перед зеркалом нагим и созерцает собственную человеческую самость, не регламентированную посредством одежды.

Мы приводим примеры из западного кино, но это не значит, что тенденция «мыслить вестиментарно» не коснулась российского культурного опыта. Такое мышление в отечественной практике имеет собственную историю и свой ход развития. Вестиментарные референты образуют значительные семантические поля, смежные с предметно-интерьерными в советском кино 1970-е («Солярис», 1972, А. Тарковский; «Романс о влюбленных», 1975, А. Кончаловский; «Служебный роман», 1977; Э. Рязанов). Доминантное значение они приобретают в 1980-е («Самая обаятельная и привлекательная», 1985, Г. Бежанов; «Соблазн», 1987, В. Сорокин). Мы определяем для себя разметку позднего советского кино маркерами доминирующих предметных референтов как

ближайшую исследовательскую задачу. Но нельзя игнорировать и тот факт, что западное кино составляет часть культурной коммуникации для советского/российского зрителя, а общечеловеческие состояния, отраженные там, узнаются им и понимаются.

Второй признак доминантности связан с собственным значением одежды или аксессуара, избыточным по отношению к нарративу. Поясним понятие избыточности, опираясь на рассуждение У. Эко о «механизме эскапизма», действующем в детективных романах И. Флеминга и о технике «абсолютной избыточности» как его основании. Любой избыточный пассаж в рассказе, считает Эко, ослабляет императивность сюжетного развития, требующую зрительского внимания, зрительской готовности следовать за ходом мыслей и действий персонажей. На некоторое время зритель как бы предоставлен сам себе, разглядывая детали интерьера, ботанические объекты в ландшафте, предметы одежды, содержимое обеденных тарелок и т. д. Временное выпадение из сюжетной колеи, из системы действий и отношений персонажей, дает зрителю возможность как бы свободного, необязательного удовольствия разглядывания, созерцания, вожделения, узнавания. Включая избыточные предметно-описательные пассажи в повествование, авторы стимулируют глубинные пласты массового сознания, активизируя их к принятию авторской идеологии. «Совершенные по своему устройству, подобные механизмы создают повествовательные структуры, которые на первый взгляд очень просты по своему содержанию и не претендуют на выражение какой-либо идеологии. Однако на самом деле такие структуры неизбежно подразумевают определенную идеологическую позицию» [24, с. 265]. Механизм избыточности обнаруживает наиболее значимые паттерны массового сознания, область пристрастий и склонностей той или иной эпохи.

Аргументировать избыточность того или иного вестиментарного паттерна в

фильме сложно, поскольку зритель (в том числе исследователь в функции зрителя), волен сам решать, следить ли ему за развитием сюжета, за переживаниями и действиями героев или разглядывать их костюмы. Первое полагается важным для понимания авторского замысла, а удовольствие от второго — дополнительным и необязательным. Как можно доказательно говорить про избыточность референта, если один и тот же предмет, например, стильная черная майка на Андрее Панине в фильме «24 часа» (2000, р. А. Атанесян) или шляпа Энди Макдауэлл в фильме «Четыре свадьбы и одни похороны» (1994, р. М. Ньюэлл), для одного зрителя является важным предметным расширением героя, а для другого — всего лишь модная вещь?

Аргументировать избыточность возможно, устанавливая объективные закономерности: регулярность обращения того или иного автора к определенным референтам, отношения сюжетно важных драматических узлов и насыщенных предметных локусов определенного типа. Такие локусы могут совпадать с границами сюжетного действия, акцентировать и пластически усиливать смысл эпизода, как это происходит в упомянутой сцене с Джоан Кроуфорд в фильме Г. Хоукса. Но могут иметь и собственную логику, приостанавливающую действие фильма и порождающую своего рода мета-сюжет, мета-форму, царящую над драматическим действием. Пример такого торможения действия мы находим в мелодрамах и комедиях, где выбор героиней платья для решающего события становится продолжительным вставным эпизодом. Так сцены в магазине модной одежды, доставляющие зрителю удовольствие обилием роскошных нарядов, работают как отдельный аттракцион в «Красотке» (1990), «Четырех свадьбах, одних похоронах» (1994), «Свадьбе лучшего друга» (1997). Пример вестиментарной мета-формы можно найти в «Красоте по-американски» (1999, С. Мендес): в одной из офисных сцен широкий галстук фэйс-менеджера с узором «милфлер»

настолько доминирует в монохромном кадре, что диалог его владельца с подчиненным (протагонистом фильма) уходит для зрителя на второй план. В «Американском психозе» (2000), отсылающем к фильму Мендеса (*American Psycho vs American Beauty*) в какой-то момент галстуки пятерых менеджеров среднего звена, вновь, как в вышеприведенной сцене, визуально отслаиваются от однотипных темных фигур и схожих лиц, заполняющих кадр, и словно поднимаются к поверхности зрелища, мерцая красками и узором, составляя констелляцию и даже некую форму организма-паразита, отдельного от своих хозяев.

Подобные регулярности, совмещения и несовпадения будут для нас доказательством определенного авторского замысла.

Вестиментарная доминанта и фэшн-фильм

Понятие фэшн-фильм (*fashion-film*) объемно по содержанию. Оно обозначает и рекламные видеоролики в поддержку сезонных коллекций модного дома, и видеоарт, экспериментирующий с языком кино на вестиментарном материале [20], и фильмы, посвященные творчеству знаменитых кутюрье, и особую структуру вестиментарного экранного образа. Последнее особенно важно для нас.

Принято считать, что в кино костюм используется для характеристики персонажа. Фэшн-фильм меняет полюса вестиментарной идентификации: здесь не одежда означает человека, а человек является характеристикой одежды, тем более, что в подобных фильмах граница между персонажем и исполнителем (моделью или киноактером) намеренно стирается, как, например, в близких нам по времени фильмах Dior с участием Джуда Лоу (*Christian Dior — Homme Sport*, 2010; *Dior Homme — Un Rendez Vous*, 2010) или Роберта Паттинсона (*Dior: Dior Homme Intense City*, 2016; *Dior: Unscripted — Dior Homme Sport*, 2023). Рекламный эффект таких

фильмов держится на инерции зрительского мышления, приписывающего одежде роль знака человеческой незаурядности, хотя на самом деле здесь исполнитель-звезда придает значение незаурядности одежде.

Эту механику подмены означающего означаемым в кино впервые использует Голливуд 1930-х гг. Поверх авантюрного, сентиментального или анекдотического нарратива в таких фильмах располагается вестиментарный избыток «возможного и желательного» (У. Эко), связанный с кинозвездой, обладающей данными фэшн-модели, а зачастую и опытом работы в модной фотографии (М. Дитрих, Дж. Кроуфорд). Так, например, фильмы с участием Джоан Кроуфорд «Сегодня мы живем» (*Today We Live*, 1933, р. Г. Хоукс). «Я живу своей жизнью» (1935, В. С. Ван Дейк), «Одержимая» 1935, р. К. Браун), безотносительно к их сюжетам, представляют показ коллекций Гилберта Адриана, знаменитого кутюрье 1930-х гг.: уличный костюм, костюм для визитов, костюм для велосипедной прогулки или для отдыха на яхте, манто, тренкот, вошедший в моду как раз в эти годы, домашнее платье, дежабилье, вечернее платье, туалет невесты как завершающий аккорд. А сюжет «Шанхайского экспресса» (1932, США, Дж. фон Штернберг) настолько условен, что кажется сконструированным как подиум для демонстрации роскошных туалетов, созданных для Марлен Дитрих художником Т. Бентоном.

Мода, модный показ в это время определяются и как особый тип сюжета. Американский исследователь кино С. Гандл приводит перечень таких фильмов: «Роберта» (1935, р. У. А. Сайтер), «Невеста уходит» (1936, р. Л. Джейсон), «Художники и модели» (1937, р. Р. Уолш), «*Vogues* 1938 года» (1937, р. И. Каммингс, «Манекен» (1937, Ф. Борзеги).

Тем важнее увидеть в фильмах подобного рода инверсию «человек-одежда», характерную для фэшн-фильма. Говоря о Голливуде этого времени, чаще всего отмечают «гламур» как

маркированную одеждой мечтательную утопию сказочной роскоши, место виртуального спасения зрителя от сложной социально-экономической и социально-политической реальности. Это не совсем так. Тот же С. Гандл в своем исследовании гламурных феноменов подчеркивает, что в действительности гламур связан не со вестиментарными знаками роскоши, а со знаками влияния, которая может иметь роскошный антураж, но может его и не иметь [7, с. 129]. Влиятельны не костюмы Кроуфорд или Дитрих сами по себе, но способ одеваться и выглядеть, который демонстрируют актрисы безотносительно к роскоши или простоте портновских изделий. В этом отношении Голливуд 1930-х гг. порождает формат фэшн-фильма, уроки которого заключаются не в том, что одевать, а в том, как «быть», как «держаться». Это «держаться себя» визуализируется не только в одежде, но и в осанке, в ухоженности волос и рук, в макияже, подтянутой фигуре, во вкусе, с которым комбинируются детали одежды, в уверенной свободе, с которой носят самые сложные костюмы. В диапазоне от драматического до комедийного, от аристократического до простонародного героини голливудского кино 1930-х (Д. Кроуфорд, М. Дитрих, Г. Гарбо, К. Кольбер, М. Уэст и др.) представляют один и тот же тип зрелого, уверенного, решительного, чувствительного и слегка ироничного человека.

Вестиментарная стратегия фильма и этические ценности времени

Рассматривая вестиментарную часть голливудских фильмов 1930-х гг., посвященных первой мировой войне и указывая на регулярные отступления художников от моды конца 1910-х или 1920-х гг. в пользу новейших трендов, историк моды Т. В. Бакина объясняет это желанием создателей приблизить фильм к реальности зрителя, стимулировать отождествление и эмоциональное совпадение зрителя с персонажем

[2]. Это замечание приводит нас к вопросам: что же такое вестиментарная реальность, насколько реальность может быть вестиментарна и как соотносится она с экранным образом?

Британский культуролог Б. Хиллер в книге «Стиль XX века» говорит о психологическом настрое 1930-х гг., пришедшем на смену «безудержному легкомыслию и декаденству» [23, с. 70] первого послевоенного десятилетия. «Строгий, напряженный, бескомпромиссный», «энергичный», «решительный», «сосредоточенный, спокойный» [23, с. 93], — таковы характеристики нового стиля. Касаясь конкретно женской моды, Хиллер упоминает о «твердых» нарисованных губах, о четкой линии бровей, вычерченной на месте выщипанных природных, о перманенте, передающем «нечто от твердости и прочности, которая покончила с расплывчатостью 20-х» [23, с. 93].

Речь идет не только о том, как выглядит модная линия, но и о том, как она становится защитой, оружием, способом существования в сложных обстоятельствах. «Выглядеть» — это важное действие, особенно в ситуации Великой депрессии, препятствующей успешности иных действий: производственных, экономических, социально-политических. «Выглядеть», держать себя «в форме», для этого времени уже есть способ сопротивления обстоятельствам. На снимке Д. Ланж «Unemployed lumber worker goes with his wife to the bean harvest»¹, снятом в августе 1939 г., такое посильное сопротивление демонстрирует семейная пара безработных, сохраняющая в тяжелой жизненной ситуации привычку требовательного внимания к своей внешности, осанке, манерам. Это не кажется смешным или жалким, напротив, за позой персонажей ощущается серьезная программа жизни, помогающая не потерять себя в сложных обстоятельствах. Среди множества снимков Великой депрессии, представляющих вневременные образы страданий и лишений, этот снимок

¹ Сайт Library of Congress <https://www.loc.gov/item/2017773306/>

несет информацию о конкретном времени 1930-х гг. и актуальной модели позитивного поведения. К тому же в стрижке мужчины, линии его усов, манере держать трубку, в выражении глаз и рта угадывается образец, сформированный на экране Кларком Гейблом, а поза его жены и шарф, повязанный в виде тюрбана, напоминают о Джоан Кроуфорд.

В традициях западного культурного мышления прерогатива мужчины — действовать, а прерогатива женщины — выглядеть [17, с. 291]. Но для 1930-х гг. достойно «выглядеть» — это тоже форма действия, часто решительного и конструктивного. В «Марокко» (1930, США, Дж. фон Штернберг) героиня Марлен Дитрих разыскивает в военном госпитале своего возлюбленного-легионера. Неудачная военная операция, страдания раненых, страх потери близкого человека составляют драматизм сцены. Отдельным микросюжетом становится костюм героини: светлый тренкот с цветным платком, продернутым справа за пояс плаща. Этот платок — и вещь, и жест, образчик аксессуара и знак владения собой, элегантно выраженной твердости духа.

Вестиментарные доминанты в фильмах XX века

Предварительное знакомство с источниками позволяет предположить, что описанные нами выше признаки вестиментарной доминанты наиболее отчетливо заметны в 1930-е, 1950-е и 1990-е гг. Пристальное внимание авторов к костюмам персонажей каждый раз связано с актуальными этическими проблемами времени.

Если костюм и аксессуары имеют значение и функцию социального кода, регулятора социального поведения и отношения, знака идентичности субъекта и его жизненной позиции, то «фокализация» одежды героев в фильмах названных десятилетий выдает определенную этическую установку времени. Для 1930-х гг. это подтверждается не только голливудскими филь-

мам, но и фотографическими сериями У. Эванса, снятым скрытой камерой в вагонах нью-йоркского метро [27], фоторепортажами П. Стэкпоула для журнала «Life»¹, студийными портретами гарлемского фотографа Дж. Ван Дер Зее². Фиксируя реальных людей, принадлежащих к разным сословиям, разным этническим группам, находящихся на разных уровнях обеспеченности, снимки демонстрируют характерный вестиментарный педантизм, приоритеты четкого социального регламента, соблюдение стандартов благопристойности, а кроме того приоритет персональной дисциплины, стойкости в сопротивлении обстоятельствам.

Вестиментарный избыток мы находим в фильмах 1950-х гг., эпохи послевоенного экономического подъема и потребительского бума. Модная индустрия становится либо основной сюжетом, как в «Модельерше» (1957) Р. В. Минелли и «Забавной мордашке» (1957) С. Донена, либо его значимым элементом, как в фильмах А. Хичкока «Окно во двор» (1954) и «Головокружение» (1958), либо дает образцы строения эпизодов как модных дефиле («Американец в Париже», 1950), В. Минелли). Мы наблюдаем его в мелодрамах и комедиях с участием Э. Тейлор, М. Монро или О. Хэпберн, в фильмах Р. Клера и Ж. Ренуара («Ночные красавицы», 1952, «Большие маневры», 1955, «Французский канкан», 1955), французских и испанских мюзиклах, «исторических» блокбастерах с отчетливым оттенком костюмного шоу («Клеопатра», 1962).

Историк моды обозначит в эпохе 1950-х локус избыточной роскоши материалов и покроя: коллекции В. Стибеля, Ч. Джеймса. К. Диора, Ж. Фата, К. Баленсиаги и др., не доступные для рядового потребителя. Однако называть область haute couture этого времени «мечтательной гетеротопией» уже нельзя. Высокая мода всего лишь

¹ Center for Creative Photography. URL <http://ccp-museum.catnet.arizona.edu/view/objects/asimag- es/People@2126/0/title-asc?t:state=flow=b91a5337-6974-4eed-a1ab-04ab8897c0f>.

² ARTSY <https://www.artsy.net/artist/james-van-der-zee>.

доводит до высокого уровня перфекционизм как общую тенденцию времени. Эта тенденция сказывается и в относительно дешевой одежде *prêt-à-porte*, предъявляя потребителю требование строгой вестиментарной дисциплины. Потребитель принимает это требование, уделяя максимум внимания осанке, манерам, соблюдению вестиментарных ритуалов, цветовым соответствиям, гармонии обязательных аксессуаров (сумочки, перчатки, галстуки, носки, запонки и т. д.).

Именно перфекционизм, а не демонстративное изобилие является базовым качеством обширных вестиментарных локусов в фильмах этого времени, например, в фильмах знакового для 1950-х американского режиссера Д. Сирка. Цвет, покрой и детали одежды самым педантичным образом маркируют здесь пол, возраст, экономическое положение, этические устои, социальную роль, этнос персонажей. Например, розовый цвет в туалетах Лоры Мередит и ее юной дочери Сьюзи («Имитация жизни», 1959) отличается по насыщенности и теплоте оттенка, соответственно различию в их возрасте и общественном положении. Афроамериканцы в фильмах Сирка носят подчеркнута респектабельную скромную одежду сдержанных холодных тонов, и стоит только кому-то из них «забыться», это уклонение от правильной социальной роли тут же маркируется яркими контрастными цветами, вызывающим покроем одежды и осуждается как непристойное (в той же «Имитации жизни»). Приличная женщина даже в минуты сильнейшего душевного потрясения позаботится о правильно надетых перчатках и сумочке в тон костюму («Великолепная одержимость», 1954), а джентльмен может позволить себе красные носки только в том случае, когда вынужден контактировать с морально подозрительными субъектами («Слова, написанные на ветру», 1956).

Одежда в фильмах Д. Сирка — это не предмет удовольствия, а знак статуса и орудие социальной регламентации. Насколько такое положение важно для

всего десятилетия, можно судить по важному семиологическому исследованию Р. Барта «Система моды» (1957-1963), посвященному лингвистическим аспектам вестиментарного императива 1950-х и связывающему риторику моды не с «поэтикой субстанций», а с «психо-социологией ролей» [4, с. 279].

Историк дизайна, апеллируя к модному авангарду конца 1950-х и 1960-х гг., укажет еще и на идею защиты и вооружения, связанную с тревогами «холодной войны». «...сама одежда нередко похожа на защитную, с пластиковыми или металлическими щитками, закрывающими тело. Безусловно, такой стиль еще и подчеркивал эротический контраст между мягкостью тела и жесткостью ткани, но в то же время одежда утрачивала типичные для нее ассоциации с комфортом и традиционно понимаемым изяществом. <...> Пако Рабан говорил о своих металлических платьях: «Одежда, которую я создаю, подобна оружию. Когда женщина застегивает платье, раздаётся звук, напоминающий щелчок взведенного курка» [18, с. 30]. «Космические» темы в моде этого времени тоже связывались с опасностью физически иной среды, а металлический серебряный блеск синтетических тканей и пленок напоминал о теплоизоляции и защите от излучения. В любом случае насыщенная вестиментарная область фильмов 1950-х и начала 1960-х гг. говорит о важности контроля над ситуацией, будь то защита от внешней угрозы или строгое соответствие своему социальному статусу.

Озабоченность 1950-х предметной разметкой социальных страт и вестиментарной идентификацией социального положения человека хорошо смоделирована Д. Уотерсом в фильме «Плакса» (1990), действие которого происходит во времена Д. Сирка и его героев. Несмотря на свой пародийный характер, фильм всерьез связывает вестиментарно-статусные 1950-е с последним десятилетием XX в. на основании сходных состояний тревоги и поиска устойчивых защитных идентичностей. Существенно важно, что для модели-

ровки этих состояний выбираются те же референтные доминанты, что и 1950—1960-е гг., а именно, вестиментарные. Размеченный полюсами авторского и массового кино, насыщенный вестиментарный мир 1990-х представлен фильмами «Мой личный штат Айдахо» (1991) Г. Ван Сента, «Криминальное чтиво» (1994, р. К. Тарантино), «Ромео + Джульетта» (1997, р. Б. Лурмен), «Пятый элемент» (1997) Л. Бессона, сериалами «Секс в большом городе» (с 1998) и «Беверли-Хиллз 90210» (1990—2000), «викторианскими» костюмными мелодрамами «Усадьба Говардс-Энд» (1991), «Гордость и предубеждение» (1995), «Разум и чувства» (1995), «Эмма» (1996), ретро-комедиями, апеллирующими к модному авангарду 1950-х («Плакса», 1990, р. Д. Уотерс) или 1960-х («Остин Пауэрс: Шпион, который меня соблазнил», 1999, р. Д. Роуч), трансгендерными вестиментарными манифестами «Приключения Присциллы, королевы пустыни» (1994, р. С. Эллиотт), «Вонг Фу, спасибо за все, Джулия Ньюмар» (1995, р. Б. Кидрон), «Девушки любят иначе» (1996, р. Р. Спенс), «Спальни и прихожие» (1998, р. Р. Траше) и так далее.

Демонстративный вестиментарный нигилизм «Бойцовского клуба», агендерная вестиментарная программа «Орlando», трансгендерные вестиментарные лозунги «Присциллы, королевы пустыни», вестиментарный хаос «Пятого элемента», ретроспективная тоска по строгому и одновременно сентиментальному викторианскому вестименту в экранизациях романов Д. Остин выражают общее состояние 1990-х, ощущение нестабильности мира, разрушения политических систем, эрозии социального регламента.

В «Бойцовском клубе» Д. Финчера история Рассказчика изложена почти исключительно языком одежды. Она начинается с серии офисных рубашек с галстуком (один даже с зажимом), продолжается как нарастающий хаос и разрушение, включая такие поначалу невинные нарушения, как рубашка навывпуск в служебной обстановке или расстегнутый ворот, открывающий

нательное белье. Достигает апогея в грязнейшем и истрепанном одежном мусоре «отвязного» бытия Рассказчика в мире Тайлера. Следуя далее, она все чаще отказывается от одежды вообще, переходя к языку голых, потных, травмированных и грязных тел. Неотвратимо сменяется военизированной регламентацией одежды (« — Черная рубашка? — Да, сэр! — Черная куртка? — Да, сэр! — Черные носки? — Да, сэр!»). И завершается апокалипсическим образом вселенской катастрофы, перед лицом которой беззащитный герой стоит в офисном пиджаке и в трусах-боксерах.

Итак, анализ визуальных сред в фильмах того или иного десятилетия позволяет обнаружить доминирующие предметно-семантические поля, образованные референтами определенного типа, связанными в культурном опыте человека со средой обитания (интерьерные, ботанические, ландшафтные референты), с чувственной интенсивностью жизни (алиментарные, телесные референты), с идентичностью, а также с социальной и персональной этикой (вестиментарные референты). Так заявляют о себе приоритеты эпохи.

Обращаясь к западным фильмам 1930-х, 1950-х и 1990-х гг., мы замечаем регулярную и преднамеренную фокализацию вестиментарных объектов, что позволяет предположить для этих эпох приоритет устойчивой идентичности и социальной регламентации как важного ценностного основания.

При этом регламент, пластически выраженный как вестиментарный, фундирует приоритеты стойкости, силы, сопротивления обстоятельствам, персональной дисциплины и рациональной организации общества для 1930-х и 1950-х гг.. Катастрофическая же утрата идентичности и социального регламента, моделированная в вестиментарных предметно-семантических полях фильмов, связана с апокалиптическим сознанием 1990-х, а степень вестиментарного хаоса в таких фильмах как «Бойцовский клуб» Д. Финчера или «Ромео + Джульетта» Б. Лурмена, свидетельствует о том,

насколько серьезной и пагубной представляется эта утрата современникам.

1. Арнольд, Р. Мода, желание и тревога. Образ и мораль в XX веке / Р. Арнольд. — М. : Новое литературное обозрение, 2016. — 176 с.

2. Бакина, Т. В. Из «тридцатых» в «десятые»: функции костюмов в классических голливудских фильмах о недавнем прошлом / Т. В. Бакина // Артикульт. — 2013. — № 9 (1). — С. 87—96. — DOI 10.28995/2227-6165-2020-2-87-96. — EDN JUFTIX.

3. Барт, Р. Риторика образа / Р. Барт // Избранные работы: Семиотика. Поэтика. — М. : Прогресс. — 1994. — С. 297—318.

4. Барт, Р. Система Моды. Статьи по семиотике культуры / Р. Барт. — М. : Изд-во им. Сабашниковых, 2003. — 512 с.

5. Болотова, Ю. С. Аксиологический аспект дискурса моды / Ю. С. Болотова // Вестник МГОУ. Серия: Лингвистика. — 2011. — № 4. — С. 16—22. — EDN OUIRXR.

6. Васильев, А. А. Судьбы моды / А. А. Васильев. — М. : Альпина нон-фикшн, 2010. — 464 с.

7. Гандл, С. Гламур / С. Гандл. — М. : Новое литературное обозрение, 2011. — 384 с.

8. Данилова, И. Е. Проблема жанров в европейской живописи: человек и вещь. Портрет и натюрморт / И. Е. Данилова. — М. : Российский государственный гуманитарный университет, 1998. — 102 с.

9. Карасик, В. И. Язык социального статуса / В. И. Карасик. — М. : Гнозис, 2002. — 333 с.

10. Кино и капитал. Альманах Центра исследований экономической культуры / Под ред. А. А. Погребняка, Н. М. Савченковой. — СПб. : Изд-во Института Гайдара; Факультет свободных искусств и наук СПбГУ, 2019. — (Новое экономическое мышление). — 512 с.

11. Киосе, М. И. К вопросу о категориальной организации структуры образа референта в тексте / М. И. Ки-

осе // Вестник Челябинского государственного университета. — 2013. — № 35(326). — С. 60-63. — EDN RVNCXX.

12. Конец моды. Одежда и костюм в эпоху глобализации / ред. А. Гечи, В. Караминас. — М. : Новое литературное обозрение, 2021. — 288 с.

13. Конфедерат, О. В. Предметные референты фильма: основания типологии и анализа / О. В. Конфедерат // Magistra Vitae: электронный журнал по историческим наукам и археологии. — 2023. — № 1. — С. 126—135. — EDN PNQLDE.

14. Куренкова, Т. Н. Микрополе «Wines» лексико-семантического поля «Food» в произведении Э. Хемингуэя «A Moveable Feast» («Праздник, который всегда с тобой») / Т. Н. Куренкова, Т. В. Стрекалева // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — 2023. — Т. 16, № 4. — С. 1167—1173. — DOI 10.30853/phil20230182. — EDN OMHRNM.

15. Лаверти, К. Моде в кино. От Givenchy для «Завтрак у Тиффани» до Prada в «Отель „Гранд Будапешт“» / К. Лаверти. — М. : «Эксмо», 2022. — 390 с.

16. Липская, В. М. Костюм как знак и концепция личности / В. М. Липская // Вестник СПбГУ. Сер. 17. — 2013. — Вып. 1. — С. 19—27. — EDN PXLZAF.

17. Малви, Л. Визуальное удовольствие и нарративный кинематограф / Л. Малви // Антология гендерных исследований / пер., сост. и ком. Е. И. Гаповой и А. Р. Усмановой. — М. : Прописи, 2000. — С. 280-297.

18. Певит, Дж., Алябьева Л.А. Моде в эпоху тревоги / Дж. Певит, Л. Алябьева // Шаги/Steps. — 2021. — Т. 7, № 4. — С. 300—309. DOI 10.22394/2412-9410-2021-7-4-300-309. EDN TFQVGJ.

19. Полякова, Г. М. Лексико-семантическое поле «одежда» в аспекте сопоставительной лингвокультурологии / Г. М. Полякова // Вестник РУДН, серия Теория языка. Семиотика. Семантика. — 2012. — № 4. — с. 37-44. EDN QGACGJ.

20. Пудан, М. Fashion-фильмы: тенденции и перспективы. Сайт Московской школы кино. Февраль, 2023 /

М. Пудан, Ю. Гордина. — URL: <https://moscowfilmschool.ru/kinoiznanka/182/> (дата обращения: 26.11.2023).

21. Рибейро, Э. Мода и мораль / Э. Рибейро. — М. : Новое литературное обозрение, 2012. — 264 с.

22. Сонтаг, С. О фотографии / С. Сон-таг. — М. : ООО «Ад Маргинем Пресс», 2013. — 272 с.

23. Хиллер, Б. Стиль XX века / Б. Хиллер. — М. : Слово/Slovo, 2004. — 240 с.

24. Эко, У. Роль читателя. Исследования по семиотике текста / У. Эко. — СПб: «Симпозиум», 2007. — 640 с.

25. Энтуисл, Дж. Модное тело / Дж. Энтуисл. — М. : Новое литературное обозрение, 2019. — 392 с.

26. Bal, M. Narratology Introduction to the Theory of Narrative / M. Bal. — University of Toronto Press Incorporated. Toronto Buffalo London, 1997. — 254 p.

27. Walker, E. Subways and Streets, by Sarah Greenough / E. Walker. — Washington, DC: National Gallery of Art, 1991. — 132 p.

Reference

1. Arnol'd R. (2016) Moda, zhelanie i trevoga. Obraz i moral' v XX veke [Fashion, desire and anxiety. Image and morality in the 20th century]. Moscow, Novoe literaturnoe obozrenie, 176 p. [in Rus].

2. Bakina T. V. (2013) Iz «tridcatykh» v «desyatye»: funkcii kostyumov v klassicheskikh gollivudskih fil'mah o nedavnem proshlom [From the "thirties" to the "tenth": the functions of costumes in classic Hollywood films about the recent past]. *Artikul't / Art&Cult*, no. 9(1), pp. 87-96. DOI 10.28995/2227-6165-2020-2-87-96 [in Rus].

3. Bart R. (1994) Ritorika obraza [Rhetoric of the image]. *Izbrannye raboty: Semiotika. Poetika*. Moscow, Progress, pp. 297-318 [in Rus].

4. Bart R. (2003) Sistema Mody. Stat'i po semiotike kul'tury [Fashion System. Articles on semiotics of culture]. Moscow, Izdatel'stvo im. Sabashnikovoyh, 512 p. [in Rus].

5. Bolotova YU. S. (2011) Aksiologicheskij aspekt diskursa mody [Axiological aspect of fashion discourse]. *Vestnik MGOU*.

Seriya: Lingvistika/Bulletin of MGOU. Series: Linguistics, no. 4, pp. 16-22 [in Rus].

6. Vasil'ev A.A.(2010) Sud'by mody [The fate of fashion]. Moscow, Al'pina non-fikshn, 464 p. [in Rus].

7. Gandl S. (2011) Glamur [Glamor]. Moscow, Novoe literaturnoe obozrenie, 384 p. [in Rus].

8. Danilova I.E. (1998) Problema zhanrov v evropejskoj zhivopisi: Chelovek i veshch'. Portret i natyurmort [The problem of genres in European painting: Man and thing. Portrait and still life]. Moscow, Rossijskij gosudarstvennyj gumanitarnyj universitet, 102 p. [in Rus].

9. Karasik V. I. (2002) YAzyk social'nogo statusa [Language of social status]. Moscow, Gnozis, 333 p. [in Rus].

10. Kino i kapital. (2019) Al'manah Central'no issledovaniy ekonomicheskoy kul'tury [Cinema and capital. Almanac of the Center for Economic Culture Research]. Pod red. A. A. Pogrebnyaka, N. M. Savchenkovoj. Saint Petersburg, Izd-vo Instituta Gajdara; Fakul'tet svobodnyh iskusstv i nauk SPbGU (Novoe ekonomicheskoe myshlenie), 512 p. [in Rus].

11. Kiose M. I. (2013) K voprosu o kategorial'noj organizacii struktury obraza referenta v tekste [On the issue of the categorical organization of the structure of the image of the referent in the text]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya. Iskuststvedenie/ Bulletin of Chelyabinsk State University. Philology. Art history*, v. 85, no. 35(326), pp. 60-63 [in Rus].

12. Konec mody. (2021) Odezhda i kostyum v epohu globalizacii. [The end of fashion. Clothing and costume in the era of globalization]. Moscow, Novoe literaturnoe obozrenie, 288 p. [in Rus].

13. Konfederat O. V. (2023) Predmetnye referenty fil'ma: osnovaniya tipologii i analiza [Subject referents of the film: foundations of typology and analysis]. *Magistra Vitae*, no. 1, pp. 126—135 [in Rus].

14. Kurenkova T. N. (2023) Mikropole "Wines" leksiko-semanticheskogo polya "Food" v proizvedenii E. Hemingueya "A Moveable Feast" («Prazdnik, kotoryj vseгда s toboj») [Microfield "Wines" of the lexical-semantic field "Food" in E. Hem-

ingway's work "A Moveable Feast"). *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki / Philological sciences. Questions of theory and practice*, v. 16, no. 4, pp. 1167-1173. DOI 10.30853/phil20230182 [in Rus].

15. Laverti K. (2022) Moda v kino. Ot Givenchy dlya «Zavtrak u Tiffani» do Prada v «Otel' „Grand Budapesht“» [Fashion in cinema. From Givenchy for Breakfast at Tiffany's to Prada for The Grand Budapest Hotel]. Moscow, «Eksmo», 390 p. [in Rus].

16. Lipskaya V. M. (2013) Kostyum kak znak i koncepciya lichnosti [Costume as a sign and concept of personality]. *Vestnik SPbGU/Bulletin of St. Petersburg State University*. Ser. 17, no. 1, pp.19-27 [in Rus].

17. Malvi, L. (2000) Vizual'noe udovol'stvie i narrativnyj kinematograf [Visual pleasure and narrative cinema] / L. Malvi // *Antologiya gendernyh issledovanij*. Sb. per. Sost. i kommentarii E. I. Gapovoj i A. R. Usmanovoj. Moscow, Propilei, pp.280-297 [in Rus].

18. Pevit Dzh, Aljab'eva L.A. (2021) Moda v epohu trevogi [Fashion in an age of anxiety]. *SHagi/Steps*, v. 7, no. 4, pp. 300—309. DOI 10.22394/2412-9410-2021-7-4-300-309 [in Rus].

19. Polyakova G. M. (2012) Leksiko-semanticheskoe pole «odezhda» v aspekte sopostavitel'noj lingvokul'turologii [Lexico-semantic field "clothing" in the aspect of comparative linguoculturology]. *Vestnik RUDN, seriya Teoriya yazyka. Semiotika. Se-*

mantika / RUDN University Bulletin, series Theory of Language. Semiotics. Semantics, no. 4, pp. 37-44 [in Rus].

20. Pudan M., Gordina YU. (2023) Fashion-fil'my: tendencii i perspektivy. [Fashion films: trends and prospects]. Sajt Moskovskoj shkoly kino. Fevral', available at: <https://moscowfilmschool.ru/kinoiznanka/182/> (accessed 26.11.2023) [in Rus].

21. Ribejro E. (2012) Moda i moral' [Fashion and morality]. Moscow, Novoe literaturnoe obozrenie, 264 p. [in Rus].

22. Sontag S. (2013) O fotografii [On photography]. Moscow, «Ad Marginem Press», 272 p. [in Rus].

23. Hiller B. (2004) Stil' XX veka [The style of the century]. Moscow, Slovo/Slovo, 240 p. [in Rus].

24. Eko U. (2007) Rol' chitatelya. Issledovaniya po semiotike teksta [The role of the reader. Research on text semiotics]. Saint Petersburg, «Simpozium», 640 p. [in Rus].

25. Entuisl Dzh. (2019) Modnoe telo [Fashionable body]. Moscow, Novoe literaturnoe obozrenie, 392 p. [in Rus].

26. Bal M. (1997) *Narratology Introduction to the Theory of Narrative*. University of Toronto Press Incorporated. Toronto Buffalo London, 254 p. [in Eng].

27. Walker E. (1991) *Subways and Streets*, by Sarah Greenough. Washington, DC: National Gallery of Art, 132 p. [in Eng].

For citing: Confederat O. V., Dyadyk N. G. (2024)
Vestimentary strategy of film
and ethical values of time.
Sotsium i vlast/Society and Power,
no. 1 (99), pp. 46-60.
DOI 10.22394/1996-0522-2024-1-46-60 [in Rus].

UDC 165.19 + 316.733

EDN ELHZSQ

DOI 10.22394/1996-0522-2024-1-46-60

THE VESTIMENTAL STRATEGY OF FILM AND ETHICAL VALUES OF TIME

Olga V. Confederat,

Chelyabinsk State University,
Associate Professor of the Department
of History of Russia and Foreign Countries,
Cand.Sc. (Cultural Studies), Associate Professor.
Chelyabinsk, Russia.
ORCID 0009-0006-1315-2662
E-mail: olga.confederat@yandex.ru

Natalya G. Dyadyk,

South Ural State Humanitarian
and Pedagogical University,
Associate Professor of the Department
of Philosophy and Cultural Studies,
Cand.Sc. (Philosophy), Associate Professor.
Chelyabinsk, Russia.
ORCID 0000-0002-9256-3438
E-mail: djadykng@cspu.ru

Abstract

Introduction. The intensity of the visual media influence in the format of films and TV series on cultural life, reaching its peak in the era of streaming television, poses the task for the humanities to study the visual type of thinking, visual consciousness, which is different from the classical visualization of verbal thinking in the plastic arts. If a researcher intends to derive from a film or TV series, a value system, a cognitive strategy that is relevant for its time, the visual environment may turn out to be no less eloquent for him than the dramatic action taking place in it. The character and quality of this environment are made up of many sensory elements: light, color, movement and its choreography, sound, space, subject referents, etc. Taken together, they represent not so much an articulation of the author's thought, but a way of specifically visually thinking through this thought. The complex structure of visual-mental environments requires extensive and systematic research work.

In this article we take one of the most obvious substantive aspects of the visible: the vestimental strategy of the film.

The purpose of the article is to identify patterns marked by subject (vestimentary) characteristics that are redundant in relation to the dramatic

action by comparing the visual environments of films from different decades of the 20th century; using the code of cultural universals that assign the function of sociocultural and ethical regulation to the concept of "clothing" [1; 3; 5; 10; 15], to identify the meaning of these patterns in the context of the ethical thinking of the era.

Methods. During the study, the authors use general scientific methods of analysis and synthesis; the method of phenomenological reduction, which makes it possible to record the sensory qualities of object-spatial screen environments; a hermeneutical method that allows, on the basis of visible sign structures, to identify the essential intentions of a visual image. In view of the task, it turned out to be necessary to involve some concepts of narratology (in particular, the concept of focalization) and methods of corpus analysis adopted in linguistics. The scientific novelty lies in the fact that we approach the visual source from a philosophical and cultural perspective, considering the visual environment of the film as a form and method of actual sociocultural or philosophical thinking, which has specific (visual) tools. This approach allows us to draw conclusions based not only on individual films, but also on large source databases.

Results. During the analysis, the authors applied the tools of modern visual studies and the conceptual basis of socio-philosophical ethics to cinematic texts of the 20th century. This made it possible to discover visual patterns common to films of some decades of the 20th century, namely: the 1930s, 1950s, 1990s, and connect them with the ethical issues of time.

Conclusions. Analysis of source databases that include cinematic texts can be carried out through a systematic analysis of the visual environments presented on the screen. At the same time, dominant visual patterns characteristic of a particular era can be identified and described. Such a dominant determines the emphasis in the figurative whole and reveals important aspects of philosophical and cultural thought relevant for its time, including ethical thought.

Keywords:

visual environment,
subject-visual referent,
vestimental dominant of the film,
fashion film,
ethical program

Received: 12.12.2023

Accepted: 15.02.2024

Date of publication: 30.03.2024

Copyright: © Confederat O. V., Dyadyk N. G. (2024).

Published by Chelyabinsk branch of RANEPa.

Open access under CC BY-NC License 4.0.