

Марина Юрьевна РЯБОВА / Marina RYABOVA

| Семиотика одежды в языке и культуре повседневности / Semiotics of Clothes in Language and Everyday Life Culture |

Марина Юрьевна РЯБОВА / Marina RYABOVA

*Кемеровский государственный университет, Россия
Кафедра переводоведения и лингвистики, профессор, доктор филологических наук**Kemerovo State University, Russia
Department of Translation and Linguistics, Professor, Doctor of Science (Philology)
mriabova@inbox.ru***СЕМИОТИКА ОДЕЖДЫ В ЯЗЫКЕ И КУЛЬТУРЕ ПОВСЕДНЕВНОСТИ**

Семиотика одежды как формы дизайна в повседневном мире концептуализируется в культуре той или иной нации в лексическом фонде языка, в том числе и в виде пословиц и поговорок, которые отражают культурные идеологемы, ассоциируемые с одеждой как знаком. Сравнивая культурные смыслы английских и русских пословиц можно выявить ценностные установки языка одежды, закрепившиеся в языковом сознании народов, которые демонстрируют скорее сходство в коллективном отношении к одежде, нежели различия. Одежда как знак характеризуется формой, набором функций и значением, релевантными для определенного контекста. Функции одежды можно суммировать в виде следующего списка: 1) идентифицирующая, 2) этикетная, 3) герменевтическая, 4) декоративная, 5) естественная первичная – защищающая. Блок терминов, заимствованных из английского языка, свидетельствует о значительном влиянии английской культуры на повседневную культуру в русском языковом сознании. Форма одежды также темпорально детерминирована, т. е. обусловлена временем.

Ключевые слова: семиотика, функция, знак, этикетность, лингвокультура, языковое сознание.

SEMIOTICS OF CLOTHES IN LANGUAGE AND EVERYDAY LIFE CULTURE

Semiotics of clothes as a form of design in an everyday life culture conceptualizes in a lexicon in a form of sayings and proverbs, reflecting cultural ideologemes, associated with clothes as a sign. By comparing cultural concepts of Russian and English proverbs we can reveal value judgements fixed in linguistic naive consciousness, demonstrating more correlations rather than diversities in linguistic cultures. Clothes as a sign is characterized by its form, a number of functions and meanings typical of different contexts. Functions of clothes can be summed as follows: 1) identifying, 2) etiquette, 3) hermeneutic, 4) decorative, 5) defensive. The block of terms borrowed from English into Russian demonstrates a significant influence of English culture onto the culture of everyday life of Russian linguistic consciousness. The form of clothes is also temporarily determined.

Key words: semiotics, function, sign, etiquette, linguistic culture, linguistic consciousness.

Дизайн в повседневной жизни ассоциируется чаще всего с одеждой. Принято различать так называемую «дизайнерскую» одежду (т. е. произведенную известными коммерческими

брендами) и одежду повседневную, небрендовую. Например: «Пол и Том не отставали. Галстуки хлестали по спинам. Большой Джон пытался разнять молодежь – плотный, еще крепкий в свои ше-



Марина Юрьевна РЯБОВА / Marina RYABOVA

| Семиотика одежды в языке и культуре повседневности / Semiotics of Clothes in Language and Everyday Life Culture |

студея, в однотонной голубой рубашке, с галстуком от Гермес и в темных отутюженных slackсах, он энергично работал локтями, распространяя аромат дорогого одеколона «Арамис» [Скоттолине Л. Папина дочка. М.: Ридез Дайджест, 2010. С.17].

Естественно, что семиотика и того и другого типа одежды резко отличаются друг от друга по своим функциям, имеют собственную семантику и символику. О языке одежды было написано много интересного, в том числе и такими известными авторами как Ролан Барт, Георгий Кнабе, Г.Г. Почепцов, и др. Так, Г.Г. Почепцов отметил, что «одежда может рассматриваться как достаточно древний вариант знаковой системы. В ней хранятся те отсылки на память человечества, которые уже давно стерлись у нас в сознании»¹.

Функциональность одежды закрепились в генетическом культурном коде нации и в форме пословиц, семантика которых отсылает, в том числе и к тем частично забытым сегодня, или стершимся смыслом. Например, в русской лингвокультуре известны следующие пословицы и выражения:

(1) По одежке встречают, по уму провожают.

Очевидно, для русского языкового сознания одежда была значима как своего рода «визитная карточка» человека, которая могла рассказать о социальном статусе или материальном положении, о возрасте, гендере, личностных пристрастиях и качествах, привычках, хобби и т. д. Отсюда одна из основных функций одежды – ее этикетность, т. е. формализующий, регулирующий, статусный характер, связанный с предписыванием определенных правил ношения одежды в тех или иных ситуациях.

О людях, которые уделяют чрезвычайное внимание одежде, забывая о собственно содержательной составляющей образа – духовном наполнении лично-

сти, образовании, культурном уровне, воспитанности и т. д., говорит другая пословица, смысл которой переключается с первой и дополняет ее:

(2) В наряде хорош, а без него на пень похож.

О какой функции одежды говорит эта пословица? Вероятно, она говорит о декоративной, приукрашивающей, маскирующей роли одежды, о том, что одежда может скрывать истинную сущность и ценность человека, возвеличивать его, повышать его статус.

Этикетность одежды отражает и такая пословица:

(3) Большое платье в большое место несет.

Одежда должна соответствовать статусу человека, говорить о его социальной роли и положении, и поэтому важно держать фасон:

(4) Буду есть мякину, а фасон не кину. Или:

(5) В брюхе солома, а шапка с заломом.

Как известно, смысл данных пословиц в том, что для русского языкового сознания важно подчеркнуть статусную функцию одежды, которая позволяет возвысить человека в ситуации привычной повседневности и, может быть, позволить ему занять более высокое и престижное место в жизни.

С другой стороны, если роль одежды и внешности намеренно нивелируется, то это чревато достаточно серьезными последствиями:

(6) В лохмотьях и царя за нищего примут. Или:

(7) В рогожку одеться – от людей отречься.

Иначе говоря, языковое сознание констатирует необходимость соблюдения неких этикетных норм, в том числе соответствия между формой и содержанием.

¹ Почепцов Г.Г. Семиотика. М.: Рефл-бук, 2002. С. 85.



Марина Юрьевна РЯБОВА / Marina RYABOVA

| Семиотика одежды в языке и культуре повседневности / Semiotics of Clothes in Language and Everyday Life Culture |

Однако преувеличено большое внимание к одежде вызывает неодобрение в сознании людей, о чем свидетельствует следующая пословица:

(8) *В красной шапке узнаешь дурака.*

Таким образом, в содержании пословиц можно проследить отражение некоего кодекса поведенческих норм и правил, регулирующих функции одежды в культурной практике русских. В целом функции одежды можно суммировать в виде следующего списка: 1) идентифицирующая, 2) этикетная, 3) герменевтическая, 4) декоративная, 5) естественная первичная – защищающая.

Этикетная функция в этом списке занимает одну из важнейших позиций и сводится к выполнению таких ролей в различных культурах как: указание половых различий, статуса человека, принадлежности к той или иной категории в обществе². Значимость этикетной функции одежды можно проследить на материале английской культурной традиции, фиксируемой, как в форме пословичного языкового фонда, так и в дискурсах художественной литературы в форме афоризмов, цитат и крылатых выражений.

Английские пословицы, описывающие отношение представителей английской лингвокультуры к одежде, многообразны и многочисленны. И во многом их смысл перекликается с русскими пословицами. Например:

(9) *Appearance is deceptive.*

(10) *Good clothes open all doors* (букв. Добротная одежда открывает все двери).

Смысл пословицы близок к смыслу русской пословицы «*Большое платье в большое место несет*», т. е. внешность человека должна производить благоприятное впечатление с самого начала и способствовать его успешному продвижению. Эта же мысль сформулирована в значении другой англий-

² Фокс К. Англия и англичане. То, о чем умалчивают путеводители. М.: Рипол классик, 2012. С. 322.

ской пословицы: (11) *Clothes make the man* (букв. Одежда делает (красит) человека), что близко по смыслу «*По одежке встречают...*». Примечательно, что данная философия культивируется сегодня в формате известной российской телевизионной программы «Модный приговор», в рамках которой дизайнеры пытаются так переодеть участника программы, меняя стиль его одежды, что это будет способствовать, по замыслу авторов, более успешному его продвижению по жизни и реализации его замыслов. Характерно, что в истории мировой культуры во многих странах таких, как Англия, средневековая Япония, и Франция, а также Россия, существовал определенный дресс-код в одежде или правила, предписывающие крой, материал наряда, его цвет и фактуру для людей разного социального статуса, профессии и положения. Отсюда и смысл пословицы — одежда делает человека.

Однако в наш век, век нарушения всех правил, век протеста, игры, бунтарства во всем, никто не придерживается этикетных правил в одежде. Этим объясняется смысл другой пословицы:

(12) *Clothes do not make the man* (букв. Не по одежде судят о человеке). Пословицы, поддерживающие эту идею:

(13) *The hood makes not the monk, nor the apparel the man* (букв. Монах познается не по капюшону, а человек — по наряду);

(14) *It is not the gay coat that makes the gentleman* (букв. Мужчину делает джентльменом не красивый пиджак). В русском языке есть близкая по смыслу пословица: (15) «*Не одежда красит человека, а человек — одежду*».

Вместе с тем, в английском языке есть пословица, утверждающая, что первое впечатление, производимое хорошо одетым человеком, очень важно:

(16) *Fine feathers make fine birds* (букв. Красивые птицы красивы своим оперением), т. е. по одежке встречают и в английском обществе. Однако, хотя



Марина Юрьевна РЯБОВА / Marina RYABOVA

| Семиотика одежды в языке и культуре повседневности / Semiotics of Clothes in Language and Everyday Life Culture |

одежда и красит человека, изменить его сущность, или скрыть его недостатки она все же не в состоянии, о чем свидетельствует пословица:

(17) *Clothes make the man, but his backbone grows from childhood* (букв. Одежда может быть и красит человека, но его позвоночник растет с раннего детства).

Другая пословица, утверждающая, что первостепенное значение имеет не одежда, а то, что под ней, т. е. сущность человека:

(18) *It is not the clothes that count, but the things the clothes cover.*

Одежда не может изменить человеческую природу, характер человека:

(19) *An ape's an ape, a varlet's a varlet, though they can be clad in silk or scarlet* (букв. Мартышка останется мартышкой, негодяй негодяем, даже будучи одетым в шелка или пурпур).

Роль одежды как показателя статуса, которого человек достигает в жизни, выражается в следующих пословицах:

(20) *Cut your coat according to your cloth* (букв. Шей пальто исходя из ткани),

(21) *Stretch your arm no further than your sleeve will reach* (букв. Не протягивай руку дальше, чем позволяет тебе рукав),

(22) *Stretch your legs according to your coverlet* (букв. Вытягивай ноги, исходя из длины своего одеяла).

Все данные пословица сближаются по смыслу с русской: (23) *По одежке протягивай ножки*. Глубинный смысл данного изречения однако более философский – действуй, исходя из обстоятельств и доступных средств; не трать больше, чем можешь себе позволить.

О том, что человек не должен экономить на одежде, что производить благоприятное впечатление с помощью одежды необходимо с целью создания общего положительного имиджа человека, говорит пословица:

(24) *Nine tailors make a man* (букв. Человека создают девять портных). Русский эквивалент: (25) *Наряди пень, и пень хорош будет*. Плохое качество одежды автоматически понижает статус человека в глазах окружающих и скупой платит дважды. Смысл последнего утверждения скрывается в пословице:

(26) *You cannot make a silk purse out of a sow's ear* (букв. Из свиного уха шелковый кошелек не сошьешь). Трезво оценивай свои возможности соответственно обстоятельствам.

Естественно-первичная функция одежды – защищать от непогоды, обогревать и др., закодирована в базовом смысле следующей пословицы: (27) *Don't have thy cloak to make when it begins to rain* (букв. Не начинай шить себе плащ, когда идет дождь). В русской культуре существует аналог данной пословицы, отражающей метафорический смысл: (28) *Пока гром не грянет, мужик не перекрестится*. Или: (29) *Когда на охоту ехать, тогда и собак кормить*. Очевидно, глубинный смысл данных высказываний – стараться выполнить свои обязанности своевременно, а не в последний момент в панике и агонии.

Одежда как атрибут и маркер соответствующих обстоятельств, с которыми должен соотноситься человек и руководствоваться ими, описывается в пословицах: (29) *If the cap fits, wear it*; (30) *If the shoe fits, wear it* (букв. Если колпак (ботинок) впору, носи его). Метафорический смысл пословиц — если человек принимает нечто на свой счет, значит, на то есть объективные причины, ср. в русском языке: (31) *На воре и шапка горит*.

Другая английская пословица также сигнализирует о естественно-первичной функции



Марина Юрьевна РЯБОВА / Marina RYABOVA

| Семиотика одежды в языке и культуре повседневности / Semiotics of Clothes in Language and Everyday Life Culture |

одежды обогреть, защищать: (32) *Never cast a clout till May be out* (букв. Не убирай вещи пока не закончится май; ср.: Май – шубы не снимай). Другой смысл пословицы в том, что в Древней Греции и позже в Британии май считался несчастливым месяцем и суеверие требовало не носить новой одежды до конца мая, чтобы уберечь себя от неудач. С другой стороны, clout – это теплая одежда, которая может пригодиться весной, что говорит об изменчивости и непредсказуемости британской погоды.

Функция одежды как индикатора социального статуса отражена в пословице: (33) *From clogs to clogs is only three generations* (букв. От деревянных башмаков до деревянных башмаков проходит всего три поколения). Ботинки на толстой деревянной подошве традиционно носили самые бедные люди, занятые тяжелым физическим трудом. Пословица говорит о том, что как бы ни разбогател человек самого бедного происхождения, пробившийся в люди, его правнук растратит весь семейный капитал и вновь окажется в нищете. Другая английская пословица (34) *Near is my kirtle, but nearer is my smock*, или *Near is my shirt, but nearer is my skin* (букв. Своя рубашка ближе к телу) говорит о том, что для человека важнее то, что касается непосредственно его, затрагивает его личные интересы и благополучие.

Как видно, одежда выполняет весьма важные функции и символизируется в сознании коммуникантов с помощью достаточно объемного набора смыслов, отражающих значимые стороны и черты жизни.

В современном обществе помимо социально обусловленных функций одежда выполняет и функцию самовыражения индивида, даже в том случае, если им утверждается прямо противоположное, т. к. претензии «быть выше моды» – заявление социально значимое само по себе и достаточно громкое. Характерно, что для британской

лингвокультуры эта функция, по мнению К. Фокс³, является одной из преобладающих в современный период.

Итак, какая же одежда ассоциируется у нас с английской культурой? Лексических единиц, номинирующих предметы гардероба, которые вошли в русский язык, довольно много. Например, *макинтош* [от английского *mackintosh – a waterproof raincoat made of rubberized cloth (any raincoat)*][Collins, 600]⁴ – плащ; *смокинг* [от англ. dinner jacket, smoking jacket – a loose jacket made of soft expensive cloth, worn at home by men in the past [MacMillan, 1411]⁵; *шорты* [от англ. shorts – trousers that end at or above the knees⁶]; твид [от англ. tweed – cloth made of this (thick cloth)⁷]; форма, униформа [от англ. Form, uniform – a prescribed identifying set of clothes for the members of an organization]⁸; бриджи [от англ. breeches – trousers extending to the knee or just below, worn for riding]⁹; оксфорды [от англ. oxfords – strong leather shoes that you fasten with shoelaces]¹⁰; лоферы [от англ. loafers – a low leather shoe that you slip on and do not need to tie]¹¹; сникерсы [от англ. Sneakers – a trainer that you wear for playing sports]¹² и др. слова из сферы гардероба и мира моды.

Семиотика одежды англичан достаточно разнообразна и сложна. Особое значение в одежде придается стремлению людей к унификации, т. е. подчеркнутой стилистике формы в костюме, на что указывает К. Фокс: «Отношение англичан к одежде

³ Фокс К. Англия и англичане. То, о чем умалчивают путеводители. М.: Рипол классик, 2012. С. 323.

⁴ The New Collins Dictionary and Thesaurus /ed. William T. McLeod. Haper Collins Publishers, 1992. 1173 p.

⁵ MacMillan English Dictionary for Advanced Learners /second ed. Oxford: MacMillan, 2011. 1748 p.

⁶ Ibid. P.1377.

⁷ Ibid. P. 1615.

⁸ The New Collins Dictionary and Thesaurus /ed. William T. McLeod. Haper Collins Publishers, 1992. P.1095.

⁹ Ibid. P.119.

¹⁰ MacMillan English Dictionary for Advanced Learners /second ed. Oxford: MacMillan, 2011. P. 1615.

¹¹ Ibid. P. 885.

¹² Ibid. P. 1414.



Марина Юрьевна РЯБОВА / Marina RYABOVA

| Семиотика одежды в языке и культуре повседневности / Semiotics of Clothes in Language and Everyday Life Culture |

непростое, затруднительное и в целом неправильное, характеризуемое в первую очередь строгой потребностью в правилах, диктующих, как следует одеваться, и нашей плачевной неспособностью обходиться без них. Это правило помогает понять, почему во всем мире считают, что англичане одеваются безвкусно, но есть особые области («карманы», так сказать) – английский мужской костюм, спортивная и «загородная» одежда, парадное платье и новаторская «уличная» мода, – где мы впереди планеты всей. Иными словами, мы, англичане, первые в мире модники там, где есть строгие, официальные правила и традиции, которым необходимо следовать, то есть когда мы в буквальном смысле «в форме»¹³. Вместе с тем, что бы ни писали сами англичане о себе относительно якобы отсутствия у них эстетического вкуса в одежде, влияние английского стиля на современную моду сегодня очевидно хотя бы исходя из большого количества модных терминов, номинирующих предметы одежды. С другой стороны, культура повседневного стиля в одежде также в значительной степени несет на себе следы влияния английской моды, например, уличный стиль панков, так называемый стиль молодежной моды, стиль гранж, модные тенденции в одежде субкультур «готов» и других эксцентричных групп.

По сути, одежда – это форма общения, как подчеркивает К. Фокс, это даже «искусство общения». Именно то, что одежда есть определенная форма коммуникации и объясняет, по мнению автора, тот кризис в современной стилистике одежды, который наблюдается в настоящее время, являясь следствием того, что «все аспекты общения представляют для нас (англичан) трудность, особенно когда нет четких, официальных правил, которым мы должны следовать». К. Фокс считает, что отказ от строгих правил в одежде в 1950-х, пожалуй, дал тот же результат, что и выход из употребления формы приветствия *How do you do!* В

отсутствии формального приветствия англичане не знают толком что сказать, и, пытаясь обменяться неформальными приветствиями, своими неуклюжими фразами ставят себя в неловкое положение. И отмена официальных правил в одежде означает, что они толком не знают, как одеваться, в результате чего повседневная одежда выглядит так же нелепо, как и приветственные фразы¹⁴.

Одежда как знак может указывать на время, откуда она пришла и отсылать к современному контексту. Если взять фотографии людей шестидесятых, восьмидесятых и нулевых годов, то глядя на одежду и прически этих людей, можно с легкостью определить в какое время были сделаны эти фотографии, так как каждое десятилетие характеризуется своей стилистикой и модными тенденциями в одежде. Знаковость одежды проявляется в референции трех уровней: себе, при отражении собственной индивидуальности; контексту (повседневность, торжество, др.); общей систематике одежды, принятой в данном обществе¹⁵. Одежда несет гораздо больше информации о ее обладателе, чем принято считать. Человека дешифруют по одежде: ее цвету, крою, качеству материала и его стоимости, уместности или неуместности данному контексту.

Суммируя сказанное о значимости одежды в повседневной культуре можно вспомнить слова Марка Твена: «Человека красит одежда. Голые люди имеют крайне малое влияние в обществе, а то и совсем никакого».

¹³Фокс К. Англия и англичане. То, о чем умалчивают путеводители. М.: Рипол классик, 2012. С. 325.

¹⁴Там же. С. 332.

¹⁵Почепцов Г.Г. Семиотика. М.: Рефл-бук, 2002. С. 75.

