

**Эльза Скьольд**

(Else Skjold) — магистр в области современной культуры и коммуникации (2003), будучи докторантом Копенгагенской бизнес-школы и Школы дизайна Кольдинга, активно участвовала в проекте «Метод гардероба», который объединяет исследователей стран Скандинавии, Великобритании и других. Занимает постдокторскую должность в совместном проекте Школы дизайна Кольдинга и Copenhagen Fur.  
esk@dskd.dk

# Биографические гардеробы: темпоральный взгляд на практику одевания

**Аннотация**

«Мышление в категориях моды» в значительной степени сопряжено с чем-то новым, задающим тренды и эффектным. Поэтому многие дебаты и теоретизирования в этой области исследований сосредоточены на моде как общей, институционализированной и ритуализированной системе, которая постоянно производит и распространяет новые тренды и идеалы. Нароботан большой корпус исследований, направленных на понимание того, как модные тенденции возникают и взаимодействуют с обществом, а затем продвигаются системой модных агентств, модельеров или редакторов моды. По контрасту с этим идейным направлением другие области исследований в течение последних нескольких десятилетий смотрели в противоположную сторону, а именно на приземленную, повседневную людскую рутину — то, что часто называют обыденностью. В соответствии с развитием теории практик в области дизайнерских исследований появляется все больше исследований, посвященных тому, как повседневные практики

Статья впервые  
опубликована  
в журнале  
Fashion Theory:  
The Journal  
of Dress,  
Body & Culture  
(2016. Vol. 8.1)



людей переплетаются со временем, пространством и объектами. Данная работа представляет собой взгляд на практику одевания, основанный на этой точке зрения, с особым акцентом на проблеме темпоральности. Основываясь на своей концепции «биографического гардероба», автор обращает внимание на альтернативные концепции практики одевания, которые подчеркивают, что жизненно важную роль в самопознании конкретных потребителей играет преемственность, а не новизна.

**Ключевые слова:** потребление; исследования дизайна; гардеробы; поворот к повседневности; система моды.

## Введение

В статье представлен взгляд на практику одевания и моду, который делает акцент на проблеме времени. С помощью своей концепции биографического гардероба я изучала, как люди взаимодействуют со своей частной коллекцией предметов костюма<sup>1</sup> и как они развивают вкусовые предпочтения на протяжении своей взрослой жизни. Выяснилось, что предметы, которые люди хранят в своих шкафах, связывают их прошлое, настоящее и будущее представление о себе и что даже определенные типы материалов, формы или стилистические предпочтения повторяются в их гардеробе на протяжении всей жизни. Таким образом, может показаться, что люди, с которыми я беседовала, на самом деле используют то, что они носят, чтобы создать ощущение преемственности, когда изменения происходят постепенно и плавно, отражая судьбоносные события, такие как трудоустройство, обретение спутника жизни, рождение детей или смена работы. Для того чтобы квалифицировать свой анализ этих результатов, я обратилась в первую очередь к исследованиям дизайна.

Здесь был наработан большой корпус исследований, направленных на понимание того, как люди взаимодействуют с объектами дизайна — иными словами, как физические характеристики объекта дизайна, такие как форма, текстура, поверхность, рисунок или цвет, влияют на потребителя в его/ее повседневной жизни. В частности, меня интересует область так называемых исследований дизайна, ориентированного на потребителя, которые направлены на изучение повседневной рутины людей, — будничного, мирского, обыденного дизайна. Будучи во многом в русле немногочисленных, но актуальных исследований по этому вопросу (Buckley & Clark 2012; Miller & Woodward 2012), мои выводы находят опору в гардеробе, что резко

контрастирует с интересом к эффектному, задающему тренды и гламурному, который сформировал большую часть «модного мышления», зачастую игнорируя логику и практику большинства людей, которой они руководствуются, одеваясь каждый день.

## Метод гардероба

С 2010 по 2013 год я провела ряд интервью о гардеробе. В выборку вошли живущие в Дании взрослые мужчины в возрасте от 40 до 50 лет. Фиксация их возраста играла важную роль, поскольку позволила мне высветить временной аспект (Skjold Biographical Wardrobes 2014). Проводя качественные интервью со своими информантами по поводу их гардеробов, я сделала центральной темой реальные предметы костюма. Я попросила их вытащить из шкафов всю одежду, которую они хранили, и рассортировать ее на кровати или на полу по кучкам в соответствии с тем, насколько часто они ее используют и насколько сильно она им нравится. Например, я просила их сформировать кучку более «активных» предметов костюма, а рядом — более «пассивных» и описать разницу. Или же я просила их рассказать мне, каким образом предметы костюма внутри определенной категории отличаются друг от друга либо что их связывает воедино. Благодаря актуализации предметов костюма стало возможным рассмотреть вопросы физического комфорта или стиля, а также то, как старые предметы костюма связаны с более новыми покупками. Например, попросив моих информантов разместить предметы костюма на временной шкале, я получила возможность изучить изменения их вкусовых предпочтений за долгие годы, поскольку некоторым коллекциям уже почти тридцать лет. Это позволило мне сформировать представление о тенденциях, проявляющихся в практике одевания людей с течением времени, что привело меня к созданию концепции биографического гардероба — диахронического взгляда на практику одевания.

Метод гардероба разрабатывался в течение первого десятилетия 2000-х годов исследователями моды и одежды из Великобритании, Голландии и Скандинавии. Центральное место в этом методе занимает гардероб как пространство, в котором люди справляются со своим «внутренним» самопониманием и самовосприятием через акт одевания и в то же время готовят себя к участию в социальной жизни. Гардероб стал интересным объектом изучения в целом ряде научных дисциплин, каждая из которых открывает новое понимание того, как люди нащупывают свое видение общественных норм, этики, морали и ценностей через то, что они носят. До сих пор метод применялся

в таких дисциплинах, как история искусства (Sigurjónsdóttir et al. 2011), музеология (Turney & Harden 2007), экономическая история (Ulväng 2013), гендерные исследования (Warkander 2013), исследования материальной культуры (Woodward 2007), исследования потребителей (Klepp 2001) и исследования дизайна (Fletcher 2014; Fletcher & Tham 2004). Что особенно интересно в пространстве гардероба, так это то, что именно здесь люди хранят то, что они носят. Это означает, что гардероб представляет собой то, что исследователи потребительского рынка Кляйн, Кляйн и Аллен назвали «музеем себя» (Kleine et al. 1995), подразумевая тем самым, как люди используют то, что они носят, чтобы понять себя на протяжении времени, и как это самопонимание соотносится с внешним миром и их личностным развитием. Именно по этой причине я уделяла большое внимание тому, чтобы попросить моих информантов датировать все предметы костюма, которые они хранят, и обсудить с ними, как их гардеробы развивались в течение их взрослой жизни.

В ходе последующего анализа я отмечала, каким образом мои информанты откликались на определенные параметры дизайна, такие как стиль, материал, фасоны, цвета, формы и так далее. Аналогичный подход отражен в термине норвежского этнографа Ингун Клепп «фавориты», под которым она подразумевает предметы гардероба, о которых особенно заботятся и которыми особенно дорожат (Klepp 2010). Согласно выводам Клепп, люди привязываются к таким предметам по ряду причин, будь то телесный комфорт либо личные вкусовые предпочтения в отношении определенных стилей или цветов. В итоге она обнаружила, что люди особенно привязываются к предметам гардероба, которые дают им ощущение постоянства.

## От центра к периферии

Именно в этой точке я вижу колоссальный разрыв между моими выводами и общепринятым пониманием моды, основанным на новизне и изменениях. Существует широко распространенное мнение, что феномен западной моды зародился в XIV веке при французском дворе, и с тех пор, как показали социологи Ролан Барт (Barthes 1983) и позднее Юния Кавамура (Kawamura 2005), она все больше и больше ритуализировалась. На протяжении всего XX века велись споры о том, как происходит этот процесс (вхождение одежды в моду). Отталкиваясь от эффекта «просачивания сверху вниз» Веблена (Veblen 1899), другие концепции расширили рамки этого вопроса, как, например,

теория «просачивания по горизонтали» Блумера (Blumer 1986) или теория «моды снизу вверх» Полемуса (Polhemus 1997). Маккинни-Валентин показала, как модные тенденции развиваются по принципу ризомы, в постоянном движении (Mackinney-Valentin 2010). Следовательно, новые тенденции возникают постоянно, чаще всего как мутации или новые интерпретации предыдущих. По мнению фон Буша (Busch 2013), эти тенденции разносятся, подобно эпидемии «вируса мозга», переходя от человека к человеку, от группы к группе через распространение модных образов. Как мне кажется, все эти теории опираются на идею Зиммеля о том, что модные тенденции являются эстетическими маркерами социального различия и ассимиляции (Simmel 1957); однако все эти объяснительные модели также крутятся вокруг феномена модной тенденции, создаваемой и распространяемой индивидами — лидерами моды, а затем расходящейся, как круги по воде. По описанию Дэвиса, цикл модного тренда можно сравнить с волной в океане: сначала она высокая, сильная и обладает большой мощностью, но затем она затухает и теряет свою энергию, только чтобы проложить путь для новой волны. Таким образом, циклы модных тенденций возобновляются непрерывно, в постоянно мутирующих формациях (Davis 1994: 104).

Вопрос, который я ставлю в своем исследовании гардеробов, звучит следующим образом: что произойдет, если эту разновидность «модной оптики» развернуть в противоположном направлении? При биографическом рассмотрении гардеробов становится очевидно, что люди выбирают, впитывают и трансформируют эти тенденции, чтобы они соответствовали тому, что уже есть в их гардеробах. Главный вывод заключается в том, что смотреть на новое становится менее интересно, чем на старое. Более того, общие идеи о «модном мышлении» вытеснили интерес к противоположному моде явлению, которое Черч-Гибсон (Church-Gibson 2000) назвал немодным, а Липовецкий (Lipovetsky 1994) — не-модой. Эти два понятия служат концептуальными моделями, призванными закрыть огромную, зияющую лауну — массы людей, которые живут своей жизнью и одеваются каждый день и к которым исследователи моды долгое время не проявляли особого интереса.

Напротив, в рамках исследований дизайна растет интерес к повседневным практикам, ритуалам и устремлениям людей, сосредоточенным на том, что можно назвать обыденным. Начиная с 1970-х и все чаще с начала 1990-х годов исследовательский подход, ставящий в центр дизайнерского процесса конечного потребителя, сместил фокус ученых с так называемых ведущих потребителей на большинство людей.

В частности, такова отличительная черта концепции Сендерс и Стапперса, суть которой — дизайн, ориентированный на потребителя. Это «творчество дизайнеров и людей, не обученных дизайну, работающих над развитием дизайна вместе» (Sanders & Stappers 2008: 2). Дизайн, ориентированный на потребителя, берет свое начало из совместных творческих изысканий исследователей, дизайнеров и конечных потребителей, происходивших на протяжении последних сорока лет в Европе на основе скандинавской модели благосостояния (Schuler & Namioka 1993). Основная идея заключается в том, что каждый информант является «экспертом в своем опыте» (Sanders & Stappers 2008: 12). Цель дизайна, ориентированного на потребителя, заключается в разработке не просто новых и инновационных продуктов, а продуктов, которые лучше связывают дизайн и производство с конечным потреблением. Для достижения этой цели важно знать больше о будничных ритуалах и практиках людей. В области исследований одежды и моды такой взгляд встречается крайне редко, но все же представлен в работе Отто фон Буша (Busch 2009), который предложил коперниканский поворот в исследованиях моды и одежды в целом и в индустрии в частности: от лидеров трендов к повседневности.

Чтобы подчеркнуть этот подход, я использую в своих исследованиях особое определение — «предметы костюма». Хотя я применяю и термин «реальная одежда» в том смысле, что я различаю физический объект одежды — означаемое — и его означающее — «одежду-описание» или «одежду-изображение» (Barthes 1983), я предпочитаю использовать концепцию костюма Эйчер, поскольку она охватывает более широкий спектр того, что люди носят, включая не только одежду, но и аксессуары, а также модификации тела. Таким образом, Эйчер определяет костюм как «совокупность модификаций тела и/или дополнений к нему» (Roach-Higgins & Eicher 1992). Объединяя этот термин с формулировкой «объект дизайна», я веду свой анализ в сторону дизайн-исследования, а точнее, того, что Бьюкенен назвал «дизайн-исследованием», которое представляет собой попытку найти «объяснение в опыте дизайнеров и тех, кто использует их продукцию» (Buchanan 2007, цит. по: Frankel & Racine 2010: 58). Моя цель — показать, как на людей влияет дизайн того, что они носят, — телесные ощущения от ношения определенных тканей, влияние определенного покроя на движения тела, предпочтение потребителем определенных цветов, текстуры или узоров либо определенных стилистических решений — независимо от модных тенденций. Поэтому я считаю, что исследование гардеробов через призму дизайн-исследования обладает

потенциалом, позволяющим выйти за рамки общепринятых представлений о моде и практике одевания. Как выразилась Флетчер, исследование гардероба демонстрирует «насыщенную палитру практик использования одежды, переживаемых на протяжении всей жизни» (Fletcher & Tham 2004: 22).

## Постоянство и изменения в повседневной рутине гардероба

Здесь я приведу два примера из гардеробов моих информантов: дизайн, представленный в их коллекции обуви. Оба примера взяты из проекта, который мы с дизайнером Хелле Граабек (Skjold 2014) разработали совместно со Школой дизайна Кольдинга и известным датским производителем обуви ЕССО: он посвящен взрослым датчанам и ношению ими обуви. Во время всех моих интервью вкусовые предпочтения проявлялись очень четко, поскольку предметы костюма из разных периодов похожи друг на друга не только стилистически, но и с точки зрения определенных типов материалов или тканей, которые регулярно повторялись. Аналогичным образом, также снова и снова повторяются определенные формы и фасоны. Например, если посмотреть на коллекцию обуви Пии (52 года), массивные прочные сапоги из полнозернистой кожи — основной компонент ее гардероба начиная с подросткового возраста и вплоть до сегодняшнего дня (ил. 1).

Когда я поговорила с Пией об этих сапогах, она сказала, что начала использовать их, потому что почувствовала, что они могут помочь ей достичь того образа, к которому она стремилась, будучи подростком: «Я всегда хотела выглядеть немного круче, а когда я была молода, моей главной проблемой было то, что я выглядела такой милой и очень приятной. Помню, мой парикмахер всегда говорил мне, что трудно сделать мне действительно крутую прическу, потому что у меня тонкие и светлые волосы. Они не соответствовали стилю. Я носила



**Ил. 1.** Хронология коллекции сапог Пии с 1986 по 2011 год (слева направо), когда проходило интервью. Над линией показана обувь, которую она активно носит, в то время как обувь под линией она носит редко или вообще не надевает. Рисунок Хелле Граабек

**Ил. 2**  
Нарядные  
туфли Пии.  
Рисунок Хелле  
Граабек



мини-юбки и сексуальные брюки, а потом такие сапоги. Я часто носила их с легинсами или голыми ногами, что делаю и по сей день».

Рассказывая мне об этом, она подходит к своему гардеробу и надевает платье-рубашку, облегающие брюки и массивные босоножки на толстой подошве. Облачившись в этот наряд, она поясняет, что именно так недавно ходила на семейную вечеринку. Силуэт очень похож на то, что, по ее словам, она носила в молодости, только в несколько измененном варианте. Она по-прежнему любит демонстрировать свои ноги, поэтому предпочитает платья выше колен, и ей все еще нравится носить крепкую обувь на толстой подошве, чтобы выглядеть и чувствовать себя менее миниатюрной и хрупкой. Она говорит: «Это очень круто. И на самом деле очень мило. И я была очень довольна. И мне очень подошло. И я подумала, что это мой способ начать одеваться как леди».

Эта тема развития Пии от молодой женщины к зрелой, как оказалось, имеет большое значение для всего ее гардероба. В этом смысле «решение» ее проблемы «слишком милого облика», которое она нашла в подростковом возрасте, было представлено не только в многочисленных коричневых сапогах из ее коллекции обуви, но и в остальном гардеробе. Только теперь ее гардероб стал гораздо изысканнее, и она более смело выбирает женственные платья и обувь. Тем не менее все, что кажется ей слишком изящным, изысканным или женственным, хранится в ее гардеробе как пассивные предметы. Это относится не только к неудачным покупкам, которые можно найти в ее коллекции сапог (см. ниже линии на ил. 1), но и к босоножкам и нарядным туфлям.

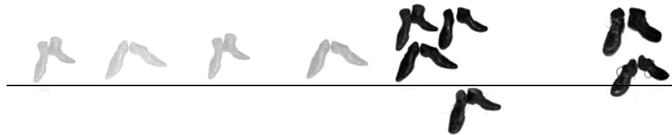
На ил. 2 показана временная шкала нарядных туфель Пии, представляющая период с 1986 по 2011 год. Ниже линии показаны «пассивные» туфли, в то время как ее любимые туфли представлены выше линии. Очевидно, в свои молодые годы она без особого успеха экспериментировала с более женственной обувью, в то время как на самом деле предпочитает обувь, которая больше похожа на ее коллекцию сапог. Женские туфли должны быть массивными и прочными, предпочтительно зелеными, черными или коричневыми, чтобы соответствовать цвету глаз, и не слишком «милыми» и женственными. Таким

образом, вся ее коллекция обуви сформирована на основе вкусовых предпочтений, которые она выработала, будучи совсем юной. Эти модели могли слегка видоизмениться и эволюционировать в более зрелую и взрослую версию, но все равно определяют стиль, в котором она одевается. Это касается не только прочности, но и излюбленной цветовой палитры, в которой преобладают зеленый и коричневый цвета и лишь изредка встречается оттенок темно-синего. Она рассказывает мне, что зеленый и коричневый сочетаются с ее цветом глаз и что именно поэтому она предпочитает их другим цветам. Это также видно по временной шкале сапог (ил. 1), где все любимые сапоги, за исключением одной пары, — зеленые и коричневые.

Во время моего интервью с Полом (52 года) эта тенденция просматривалась еще более ярко, чем в коллекции обуви Пии. При взгляде на ботинки Пола стало ясно, что он в основном носил более или менее один и тот же тип обуви с начала 1980-х годов — ботинки по щиколотку или парадные туфли из черной кожи на небольшом каблуке, которые соответствовали эстетике «новой волны» — движения, популярного в то время, когда он был молод (ил. 3).

Пол рассказал мне, что в кругу своих друзей он известен тем, что носит эту обувь в любую погоду, будь то жара или метель. Однако в последние несколько лет у него возникли проблемы, поскольку столько лет ношения неудобной обуви причинили вред его ногам.

Теперь он начинает экспериментировать с более удобными видами обуви, что кажется ему неприятным и весьма опасным. Ему приходится носить туфли с круглым носком и мягким каблуком, которые ему очень не нравятся, кажутся некрутыми и которые, по его мнению, попросту «неправильно» носить. С другой стороны, он обожает свою любимую пару обуви — черные парадные туфли с очень острым носком и твердым каблуком. Нося эти туфли, он испытывает



**Ил. 3.** Коллекция ботинок Пола. В качестве иллюстрации того, что Пол в основном носит один и тот же тип ботинок с середины 1980-х годов, мы с Хелле Граабек придумали «ботинки-призраки», которые датируются 1986 годом, поскольку он носит обувь следующим образом: изнашивает свои ботинки, а затем находит новые в том же стиле, цвете, форме и из того же материала. Обратите внимание: его более пассивные ботинки имеют более длинную и круглую форму, которая ему не нравится, и он только начал экспериментировать с более удобными ботинками. Рисунок Хелле Граабек

правильные ощущения в теле и чувствует адекватную взаимосвязь между тем, кто он есть, и тем, что он носит. Он просто чувствует, что носить их правильно. Как и Пиа, он говорит мне, что его предпочтение к такой обуви возникло в подростковом возрасте: «В этом есть что-то от 1980-х годов, как будто мы все достигаем пика, а потом, ну, в том десятилетии, где вы достигли пика, где вы нашли свой стиль, тогда вы и несете этот стиль с собой. Например, полностью 1980-е — это своего рода эстетика <...> Это очень важно. Когда я смотрю на свою одежду, она про 1980-е. Это на самом деле немного пугает. Но это про то, когда ты достигаешь пика как личность. Точка, в которой ты живешь полной жизнью, по максимуму, без детей и всего такого, и понимаешь, что делать со своей жизнью и так далее».

Поскольку его любимые туфли дают ему ощущение постоянства, которое связывает его нынешнюю жизнь с юностью, он очень огорчен тем, что они начинают изнашиваться. Он уже несколько раз отдавал их в ремонт и носит их со стелькой, которую обрезают ножницами, чтобы она помещалась в крайне узком голенище туфель. Кожа внутри них рассыпается, так что только так он еще может их носить. Его очень беспокоит, что, несмотря на попытки продлить их жизнь, он знает, что пройдет совсем немного времени — и ему придется расстаться с любимыми туфлями.

То, как Пиа и Пол выработали специфические вкусовые пристрастия в юности, а затем усовершенствовали их с годами, похоже, стало определяющей чертой и для гардеробов других моих информантов. Я могла наблюдать, как по высказываниям, так и по реальным дизайнерским характеристикам, каким образом «решения», найденные в период молодости, повторялись, уточнялись и изменялись на протяжении всей жизни, превращаясь в новые, более «взрослые» версии. Пиа выбрала крепкие и надежные ботинки, чтобы превратить свой «естественный» и «милый» образ в нечто более крутое и соответствующее стилю, который был в моде в той среде, к которой она принадлежала. И по сей день она повторяет силуэт своей юности в более зрелом варианте.

Пол заимствовал остроносые черные кожаные туфли и ботинки по щиколотку из стиля, популярного у сторонников «новой волны», и был ими очень доволен на протяжении десятилетий, однако теперь перед ним стоит амбициозная задача — найти более удобную обувь, которая напоминала бы по форме и выразительности ту, которую он предпочитает носить. Он старается сохранять преемственность в своем гардеробе, чтобы изменения не были слишком заметны и он мог продолжать носить те же формы, которые он предпочитает в течение всей своей взрослой жизни.

## Дискуссия

Такие выводы могли быть сделаны с помощью метода гардероба, просто потому что хранившиеся предметы костюма охватывали такой большой промежуток времени — до двадцати пяти лет. Я понимаю временное развитие гардеробов моих информантов в свете концепции психолога Эриксона (Erikson 1956), который изучал, как люди работают над своей идентичностью на протяжении всей жизни.

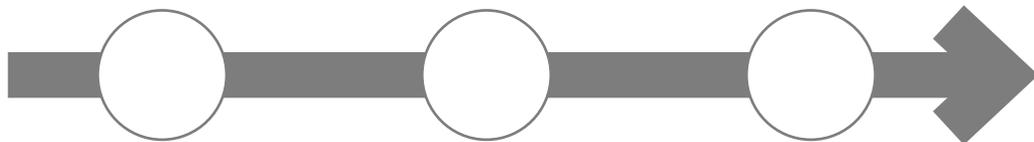
Теория Эриксона основана на гипотезе, что в подростковом возрасте у человека происходит серьезный «кризис идентичности», когда человек отходит от родительского влияния и формирует индивидуальные представления о себе. Позже возникают более мелкие фазы кризиса, отражающие жизненные изменения, такие как начало трудовой деятельности, поиск партнера, рождение детей, выход на пенсию и так далее. Каждая из этих фаз занимает довольно длительный отрезок времени, в течение которого люди корректируют свою личность. Таким образом, в развитии человеческого «я» наблюдается непрерывность на протяжении всей жизни, однако фазы изменений жизненных ситуаций заставляют человека формировать «более зрелые» версии себя. Проанализировав гардеробы моих информантов и то, как они развивали свои вкусовые предпочтения, я полагаю, что они во многом следуют той же схеме. В молодые годы они сформировали более или менее устойчивые представления о том, как одеваться, какие формы и цвета им нравятся.

У них даже начинают формироваться предпочтения в отношении конкретных качеств материалов, которым они и продолжают следовать на протяжении всей своей взрослой жизни. Таким образом, я предполагаю такое возникновение биографического гардероба, как показано на ил. 4.

Авторы труда «Дизайн и повседневная жизнь. Вопросы потребления» (Shove et al. 2007) стремились понять соотношение между субъектом, объектом и временем: через онтологическую позицию, согласно которой «действия и стремления потребителей каким-то образом структурируются объектами, с которыми они делят свою жизнь» (Ibid.: 23), исследуются повседневные хлопоты и ритуалы ряда информантов, в то время как они, например, что-то мастерят в своем доме или переделывают интерьер своей кухни. В результате полученных результатов Шоув и др. предлагают свою модель «иметь» и «делать», которая демонстрирует, что отношения между «иметь» («потребности») и «делать» («практики») являются временными и динамичными, закрепляя отношения между субъектом

Подростковые годы — период трансформации из ребенка во взрослого: люди начинают формировать собственное представление о себе и искать способы одеваться «по-своему».

Многочисленные фазы трансформации в течение жизни — разнообразные жизненные изменения могут влиять на людей, так что они корректируют свои гардеробы. Это могут быть изменения тела или внешние изменения, такие как новая работа, развод, отъезд детей из дома и т. д.



Взрослая жизнь — люди приспособливают свои гардеробы к более «взрослой» версии по таким причинам, как трудоустройство, встреча спутника жизни, рождение детей и т. д.

**Ил. 4.** Модель показывает развитие биографического гардероба, как он был представлен в практике одевания моих информантов; в то время как основные изменения могут происходить в подростковом возрасте, немало фаз трансформации может быть вызвано внутренними или внешними изменениями в течение жизни, и люди приспособливают к ним уже сложившиеся паттерны — устоявшиеся вкусы в подборе гардероба

и объектом в прошлом, настоящем и будущем (Ibid.: 36). Обоснованием этой модели послужило то, что авторы обнаружили, как их информанты перепроектировали свои кухни на основе будущих мечтаний о том, как стать семьей, которые коррелировали или не коррелировали с реальностью прошлого и настоящего. В некоторых случаях было ясно, как сталкиваются будущие мечты и настоящая реальность, в то время как в других случаях, казалось, наблюдался баланс между тем, что люди «имели», тем, что они «делали», и тем, что они мечтали иметь или делать в будущем.

Такой баланс, по мнению авторов, обеспечивал ощущение постоянства и благополучия, тогда как если баланс отсутствовал, то люди становились подавленными, испытывали чувство вины или даже стыда.

Подобные рассуждения лежат в основе определения «хороший дизайн» Уокера (Walker 1995); для него «хороший дизайн» многогранен, но я обратила особое внимание, что он делает акцент на его способности вызывать личные эмоции в форме воспоминаний или других ощущений, отсылающих человека к его представлениям о себе, а также к положительным физическим и эстетическим переживаниям. Уокер предлагает три параметра, характеризующих то, что он называет «непреходящими объектами». Во-первых, это аспект

функциональности: для того чтобы быть долговечным, объект должен считаться в глазах потребителя полезным, безопасным и эффективным. Во-вторых, существует социальный аспект, в соответствии с которым долговечный объект характеризуется своими эстетическими и статусными качествами. В-третьих, существует то, что он называет «вдохновляющим и духовным аспектом» долговечного объекта, отражающим убеждения потребителя и порождающим у него ассоциации с религией, магией и талисманом (Ibid.: 39). В качестве наглядного примера Уокер описывает молитвенный коврик, который можно рассматривать как «предмет, связывающий физического, или внешнего, человека с внутренним, созерцательным и духовным „я“» (Ibid.: 44). Аналогичным образом, Джеймс Хант предполагает, что объекты дизайна «замораживают» время в диалектическом процессе между потребительскими практиками (бытием) и пространством (Hunt 2003), что означает, что установленные общественные нормы, ценности и структуры передаются потребителям через дизайн. Отталкиваясь от концепции совместного дизайна, Элизабет Сандерс воспринимает потребительский опыт работы с объектами дизайна как «мгновенную вспышку, происходящую в определенный момент времени, вызванную предыдущим опытом и мечтами о будущем» (цит. по: Mattelmäki 2007: 46).

С моими собственными выводами особенно коррелирует то, что эти подходы объясняют, как взаимоотношения людей с объектами дизайна влияют на их повседневные практики и как эти практики эволюционируют со временем под влиянием личных мечтаний и стремлений, а также просто из-за практических соображений или общественных норм. Мое исследование выявило, что такой баланс помогает формировать ощущение постоянства и благополучия в жизни людей, как в случае с Пией, когда ее любовь к обуви на толстой подошве и определенным цветам связывала воедино прошлые, настоящие и будущие чувства и представления о ее собственной женственности; или с Полом, который старается придерживаться своего представления о том, как выглядеть круто, даже если ему приходится вносить коррективы в свою коллекцию обуви из-за практических соображений (с учетом возрастных изменений, которые произошли с ногами).

## Заключение

Я рассматриваю исследование гардероба как возможную отправную точку для того, чтобы постичь богатство и сложность практик одевания. Я полагаю, что такого рода исследования открывают

возможность для более глубокой рефлексии по поводу того, что именно люди делают, когда одеваются, и какую роль система «моды» играет в этих практиках. Таким образом, я лишаю моду статуса универсальной объяснительной модели для практики одевания, поскольку, как я обнаружила, стоит только перевести взгляд с центров моды на периферию повседневных практик людей, становится очевидно, что логика «моды» может лишь частично объяснить происходящее.

Вместо этого я обратилась к подходам дизайн-исследований, которые дают более целостное восприятие практики одевания. Рассматривая то, что люди носят, как объекты дизайна, каковыми они, по моему глубокому убеждению, и являются, я утверждаю, что существует возможность сформировать более глубокое понимание того, что происходит, когда люди одеваются.

Кроме того, я должна отметить, что не только в рамках исследований дизайна, но и в исследованиях материальной культуры, а также в области теории практик, в которой наблюдается поворот в сторону повседневности и обыденности, приводятся аналогичные аргументы. Дэниел Миллер считает, что с точки зрения исследований материальной культуры между людьми и предметами существует интимная связь, подкрепляемая общественными ценностями и нормами, а не экономическими структурами; существует связь между «быть» и «иметь», актуальная во всех типах обществ, а не только в западных постиндустриальных (Miller 2009). Интересным в концепции Миллера является то, как «бытие» связано с разворачиванием времени, с одной стороны, и с пространством, в котором мы живем, — с другой. Миллер предполагает, что отношения между людьми и объектами имеют универсальный характер, который в разных обществах может проявляться по-разному, но в целом они одинаковы. Этот интерес к отношениям между человеком и объектом, пересекающимися во времени и пространстве, также рассматривается в рамках теории практик.

В 1990-х годах, когда начали развиваться исследования в области дизайна, ориентированного на потребителя, в организационных исследованиях также происходил «поворот к практике» с рассмотрением рабочих практик как деятельности во времени и пространстве, чтобы полностью понять организационные практики.

Так, Герарди утверждает, что «[исследования, основанные на практике,] работают против дуализма разум/тело, знание/действие, микро/макро, природа/культура» и вместо этого опираются на «обитание людей в мире» (Gherardi 2009: 354).

Однако, несмотря на то что становится все больше областей исследований, где, очевидно, возрастает интерес к разнообразию, богатству и сложности повседневного или обыденного, это, похоже, не происходит в рамках теории моды, ставящей во главу угла моду как нечто новое, зрелищное, как труднодостижимую «мечту». Я призываю не столько отказаться от этого подхода, сколько дополнить его более широкой перспективой.

*Перевод с английского Анны Плисецкой*

### Литература

- Barthes 1983* — Barthes R. The Fashion System. Berkeley: University of California Press, 1983.
- Blumer 1986* — Blumer H. Symbolic Interactionism: Perspective and Method. Berkeley: University of California Press, 1986 [1969].
- Buckley & Clark 2012* — Buckley C., Clark H. Conceptualizing Fashion in Everyday Lives // Design Issues. 2012. Vol. 28 (4). P. 18–28.
- Busch 2009* — Busch O. von. Revisiting Affirmative Design // XXI Magazine. 2009. No. 80.
- Busch 2013* — Busch O. von. Sustainable Fashion in the Age of Celebrity Culture // The Sustainable Fashion Handbook / Ed. by S. Black. China: Thames and Hudson, 2013. P. 16–19.
- Church-Gibson 2000* — Church-Gibson P. «No-one Expects Me Anywhere»: Invisible Women, Ageing and the Fashion Industry // Fashion Cultures / Ed. by S. Bruzzi, P. Church-Gibson. London; N. Y.: Routledge, 2000. P. 79–89.
- Davis 1994* — Davis F. Fashion, Culture and Identity. Chicago: University of Chicago Press, 1994.
- Erikson 1956* — Erikson E. H. The Problem of Ego Identity // Journal of the American Psychoanalytical Association. 1956. 4. P. 56–121.
- Fletcher 2014* — Fletcher K. Local Wisdom Project. *localwisdom.info* (по состоянию на 17.07.2025).
- Fletcher & Tham 2004* — Fletcher K., Tham M. Clothing Rhythms // Eternally Yours: Time in Design / Ed. by B. Eno, J. Thackara, Thonik. Rotterdam: 010 Publishers, 2004. P. 254–274.
- Frankel & Racine 2010* — Frankel L., Racine M. The Complex Field of Research: For Design, Through Design, and About Design // Proceedings from Design Research Society International Conference. 2010. *www.designresearchsociety.org* (по состоянию на 17.07.2025).
- Gherardi 2009* — Gherardi S. Knowing and Learning in Practice-Based Studies: An Introduction // The Learning Organization. 2009. Vol. 16 (5). P. 352–359.

- Hunt 2003* — Hunt J. Just Do It: Tactical Formlessness and Everyday Consumption // *Strangely Familiar: Design and Everyday Life* / Ed. by A. Blauvelt. Minneapolis: Walker Art Center, 2003. P. 56–71.
- Kawamura 2005* — Kawamura Y. Fashion-ology: An Introduction to Fashion Studies. Oxford: Berg, 2005.
- Kleine et al. 1995* — Kleine S. S., Kleine R. E. III, Allen C. T. How is a Possession «Me» or «Not Me»? // *Journal of Consumer Research*. 1995. Vol. 22 (3). P. 327–343.
- Klepp 2001* — Klepp I. G. Hvorfor går klær ut av bruk? Oslo: SIFO, 2001.
- Klepp 2010* — Klepp I. G. Snapshot: Why Do Women Throw Out Clothes? // *Berg Encyclopedia of World Dress and Fashion*. Vol. 8. Oxford: Berg, 2010. P. 169–170.
- Lipovetsky 1994* — Lipovetsky G. The Empire of Fashion: Dressing Modern Democracy. Princeton: Princeton University Press, 1994.
- Mackinney-Valentin 2010* — Mackinney-Valentin M. On the Nature of Trends. PhD diss., Danish Design School, 2010.
- Mattelmäki 2007* — Mattelmäki T. Design Probes. PhD diss., UIAH, Helsinki, 2007.
- Miller 2009* — Miller D. The Artefact as Manufactured Object // *Design Studies: A Reader* / Ed. by H. Clark, D. Brody. Oxford: Berg, 2009. P. 229–236.
- Miller & Woodward 2012* — Miller D., Woodward S. Blue Jeans: The Art of the Ordinary. Berkeley: University of California Press, 2012.
- Polhemus 1997* — Polhemus T. Streetstyle: From Sidewalk to Catwalk. Singapore: Thames and Hudson, 1997.
- Roach-Higgins & Eicher 1992* — Roach-Higgins M. E., Eicher J. B. Dress and Identity // *Clothing and Textiles Research Journal*. 1992. Vol. 10 (1). P. 1–8.
- Sanders & Stappers 2008* — Sanders E. B.-N., Stappers P. J. Co-creation and the New Landscapes of Design // *CoDesign*. 2008. Vol. 4 (1). P. 5–18.
- Schuler & Namioka 1993* — Schuler D., Namioka A. Participatory Design: Principles and Practices. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1993.
- Shove et al. 2007* — Shove E., Watson M., Hand M., Ingram J. The Design of Everyday Life. Oxford: Berg, 2007.
- Sigurjónsdóttir et al. 2011* — *Images in Time* / Ed. by Æ. Sigurjónsdóttir, J. Turney, M. Langkjær. Bath: Wunderkammer Press, 2011.
- Simmel 1957* — Simmel G. Fashion // *American Journal of Sociology*. 1957. Vol. 62 (6). P. 541–558.

- Skjold 2014* — Skjold E. The Daily Selection. PhD diss., Kolding School of Design/CBS, 2014.
- Turney & Harden 2007* — Turney J., Harden R. Floral Frocks: The Floral Printed Dress from 1900 to Today. Woodbridge: Antique Collectors Club, 2007.
- Ulväng 2013* — Ulväng M. Klädekonomi och klädkultur. Riga: Gidlunds Förlag, 2013.
- Veblen 1899* — Veblen T. Den arbejdsfrie klasse [The Leisure Class]. København: Pax, Rhodos, 1899.
- Walker 1995* — Walker S. Sustainable by Design: Explorations in Theory and Practice. Sterling, VA: Earthscan, 1995.
- Warkander 2013* — Warkander P. «This is all fake, this is all plastic, this is me». PhD diss., Stockholm University, 2013.
- Woodward 2007* — Woodward S. Why Women Wear What They Wear. Oxford: Berg, 2007.

#### Примечание

1. Здесь и далее словосочетание «предметы костюма» будет использоваться для перевода понятия *dress objects* — ключевой категории, выделенной автором в качестве объекта исследования. Далее в статье дается определение *dress* Джоан Эйчер из статьи *Dress and Identity* (Roach-Higgins & Eicher 1992), взятое автором за основу: «совокупность модификаций тела и дополнений к нему». Поскольку в статье понятие *dress* противопоставляется понятию *garment*, кроме того, отдельно есть термины «гардероб» и «платье», было принято решение остановиться на понятии «костюм» (см., например, следующее антропологическое определение костюма: «Под костюмом следует понимать все, что искусственно изменяет облик человека, держась на его теле, сюда относятся одежда, головной убор, обувь, прическа, украшения, аксессуары, макияж и парфюм»; Давыдова В. В. Типология костюма // *Studia culturae*. 2001. Вып. 1. С. 116–134). При этом *dress practice* будет переводиться как «практика одевания». — *Прим. пер.*