

Александр Марков —

д-р филол. наук, профессор
Российского государственного
гуманитарного университета,
факультет истории искусства,
кафедра кино и современного
искусства.
markovius@gmail.com

Оксана Штайн —

канд. филос. наук, доцент Уральского
федерального университета
им. первого Президента России
Б. Н. Ельцина, департамент
философии, кафедра социальной
философии.
shtaynshtayn@gmail.com

Флоральный МОТОР: ВЕГЕТАТИВНАЯ ОНТОЛОГИЯ И ЗАВОДСКАЯ МИМИКРИЯ В ГЛОБАЛЬНОЙ СИСТЕМЕ МОДЫ

Аннотация

В статье предлагается переосмыслить роль ботанического воображения в моде, выходя за рамки декоративности. Цветок рассматривается не как объект мимесиса, а как принцип структурирования самой модной системы. Анализируется диалектика природного (вегетативного) и промышленного (заводского) в производстве моды. Вводится понятие «флорального мотора» как движущей силы модных циклов. Исследуется мимикрия моды под заводские логики производства. Статья преодолевает привычные культурные локализации, рассматривая пять различных культурных миров. На примерах из литературы, кино и искусства раскрывается специфика

«ботанического воображения» в каждом регионе. Формулируется новая онтология моды, где цветок и завод сосуществуют в едином производственном ритме.

Ключевые слова: ботаническое воображение; онтология моды; флоральный мотор; вегетативная структура; заводская мимикрия; глобальная мода; культурные миры; постколониальные исследования; производство; диалектика природы и индустрии.

Введение

Традиционное понимание «ботанического воображения» в моде ограничивается сферой репрезентации: цветы как украшение, как символ, как метафора циклов жизни и смерти. Однако данный текст предлагает более радикальный подход: рассмотреть цветок как внутренний принцип, «мотор» и структурный каркас самой модной индустрии. Мы утверждаем, что мода не просто изображает флору, но сама организуется по вегетативной логике — она «прорастает», «расцветает» и «увядает» в соответствии с календарем сезонов, подобно растению. При этом в эпоху позднего капитализма (Джеймисон 2019) эта органическая ритмика мимикрирует под конвейерное, заводское производство. Возникает гибридная онтология, где «фабрика» и «сад» не противопоставлены, а слиты воедино.

Онтологией мы называем фундаментальные структуры, которые определяют саму природу моды как явления. Речь идет о поиске ее базовых «правил игры», скрытых механизмов, которые предшествуют конкретным эстетическим проявлениям и позволяют им возникать и циркулировать. Если традиционный анализ моды фокусируется на том, что она изображает (символы, образы, значения), онтологический вопрос ставится о том, как она существует как система, по каким внутренним законам она организует свое производство, временные циклы и материальность.

Новизна нашей статьи состоит в том, что онтология моды раскрывается через диалектику двух ключевых принципов: вегетативного (растительного) и заводского (индустриального). Мы утверждаем, что мода онтологически двойственна: ее внутренний «флоральный мотор» задает органические ритмы роста и увядания, сезонности и постоянного обновления, в то время как ее внешняя форма мимикрирует под логику фабрики с ее конвейером, стандартизацией и товарным производством. Таким образом, онтологический анализ позволяет увидеть за видимым разнообразием стилей и коллекций

единый механизм, в котором природная метафора и промышленная реальность сплавлены в неразрывное целое.

Цель данной статьи — деконструировать эту гибридную онтологию через призму глобального культурного анализа. Мы ставим задачи: 1) ввести и обосновать понятия «флоральный мотор» и «заводская мимикрия»; 2) выявить специфику работы этого «мотора» в пяти различных культурных мирах, выходя за пределы привычной парадигмы описания центров моды; 3) продемонстрировать его проявления в смежных полях — литературе, кино и искусстве. Наша гипотеза заключается в том, что именно в точке напряжения между органическим желанием роста и индустриальным императивом производства рождается современная мода.

Методы

Исследование построено на междисциплинарном подходе, сочетающем:

- 1) онтологический анализ для выявления фундаментальных структур моды как системы;
- 2) сравнительный культурный анализ для сопоставления пяти выделенных регионов;
- 3) дискурс-анализ репрезентаций моды и производства в литературе, кинематографе и визуальном искусстве;
- 4) семиотический анализ модных объектов и коллекций для выявления скрытых производственных нарративов.

Материалом исследования послужили коллекции дизайнеров из исследуемых регионов, литературные произведения (Н. Носов, Ж. Амаду), кинокартины («Цвет граната», «На игле» и многие другие), а также критические и философские тексты о моде и производстве.

Онтологический анализ моды как системы опирается на фундаментальный труд Жиля Липовецкого «Империя эфемерного», в котором мода раскрывается как глубинный социальный механизм, порожденный современностью и определяющий ее динамику. «Создавая определенный порядок, состоявший одновременно из излишеств и небольших вольностей, едва заметных отступлений от правил, мода преуспела в моделировании утонченного вкуса, придании ему изысканности, а также в деле оттачивания эстетической чувствительности, она приобщила людей к культуре, воспитала человеческий взгляд, натренировав его производить самые мелкие различия, получать удовольствие от легких, тонких, хрупких деталей, воспринимать и принимать новые формы» (Липовецкий 2012: 37). Работа Липовецкого

служит теоретическим обоснованием для рассмотрения диалектики «вегетативного» и «заводского» как имманентного противоречия модной системы, стремящейся к постоянному обновлению в условиях позднего капитализма. Сочетание этого макросоциологического подхода с микроанализом конкретных визуальных и материальных репрезентаций (Crăik 2013) позволяет выстроить многоуровневую исследовательскую модель, в которой «флоральный мотор» предстает универсальным принципом, получающим уникальное воплощение в каждом из рассматриваемых культурных контекстов.

В рамках междисциплинарного подхода, сочетающего онтологический и сравнительный культурный анализ, данное исследование опирается на фундаментальный труд Джека Гуди «The Culture of Flowers» (Goody 1993). Методология Гуди, исследующая цветок не как природный объект, а как сложный культурный конструкт, вплетенный в экономические, социальные и символические системы, была адаптирована для анализа моды. Если Гуди прослеживает, как общества «одомашнивают» флору, наделяя ее смыслами, то настоящая статья исследует обратный процесс: как модная система, будучи «одомашнена» логикой завода, сама «одомашнивает» цветок, превращая его из объекта репрезентации в структурный принцип собственной организации — «флоральный мотор». Таким образом, работа Гуди служит не только источником историко-культурологических данных, но и моделью для выявления скрытых связей между ботаническим воображением и материальным производством в глобальном контексте.

Семиотический подход, разработанный Роланом Бартом (Барт 2003), помогает деконструировать «флоральный мотор» как социальный язык. Различия в трактовке цветов (белая хризантема как знак траура в Японии и как нейтральный подарок в Европе) демонстрируют, что его работа зависит от культурного кода. Картина Рене Магритта «Великая война» (1964), где у женщины вместо лица — букет фиалок, является мощной критикой этой системы. Цветок, символ свободной красоты по Канту, здесь становится инструментом насилия (violet/violence), стирающим индивидуальность и превращающим человека в безликую деталь индустриального или военного конвейера. В противовес этому на подиумах Moschino (коллекция-букет 2018 года) цветочная эстетика доводится до абсурда, обнажая логику товара, где тело модели — всего лишь упаковка для продукта, завернутого в бант.

Для деконструкции западноцентричной парадигмы и анализа гибридной природы глобальной моды применяется концепция «гиб-

ридикации» Хоми К. Бабха (Bhabha 2012), позволяющая выявить, как локальные «флоральные коды» вступают в диалог и трансформируются под влиянием глобальной индустрии. Важнейшие для нас исследования Дженнифер Крейк о культурной политике униформы (Craik 2003), австралийской идентичности (Craik 2009) и неполитических западных фэшн-идентичностях (Craik 2020) служат методологической основой для сравнительного анализа пяти культурных миров, демонстрируя, как национальные нарративы конструируются через специфические материальные и визуальные практики. Этот подход дополняется работами, исследующими деколониальные стратегии в моде (Jung 2025; Moumni 2024), миграцию и идентичность (Po DeLisle 2025), а также социальные аспекты устойчивого производства (Horton et al. 2025), что позволяет рассмотреть «флоральный мотор» не только как эстетический, но и как политико-экономический феномен.

Результаты и обсуждение

1. Англофонный мир: сад как фабрика и фабрика как сад

В англофонной традиции, уходящей корнями в Промышленную революцию и культуру викторианского сада как символа статуса и контроля над природой, диалектика завода и сада проявляется с предельной ясностью. Здесь сад — это не хаос дикой флоры, а упорядоченная, почти инженерная система, своего рода «фабрика по производству красоты». Эта логика пронизывает моду на структурном уровне.

Бренд Burberry (создан в 1856 году) является архетипическим примером. Его габардин, изобретенный для защиты от дождей индустриального Лондона, представляет собой «заводскую» сторону моды — утилитарную, технологичную, созданную для выживания в городской среде. Однако сам узор тартан, а также частое использование цветочных принтов в духе английского сада, отсылают к идеализированной, упорядоченной природе. Мода здесь функционирует как механизм, переводящий индустриальную реальность в язык романтизированной традиции.

Кинематограф дает еще более резкие образы этого раскола. В фильме Дэни Бойла «На игле» (Trainspotting, 1996) мертвящая, постиндустриальная эстетика Эдинбурга с ее грязными стенами и заброшенными фабриками напрямую противопоставлена сцене передозировки героя, где ковер с гипертрофированно ярким

цветочным узором оживает, превращаясь в галлюциногенный, удушьяющий сад. Это момент, когда «флоральный мотор» выходит из-под контроля, демонстрируя свою деструктивную, а не просто декоративную природу.

Творчество Александра Маккуина служит кульминацией этой темы. Его коллекция «Рог изобилия» (The Horn of Plenty, осень — зима 2009) — это манифест моды как системы переработки. Подиум, заваленный мусором, и платья, вдохновленные увяданием и деконструкцией, прямо указывают на конец цикла потребления. Здесь цветок — это не начало, а конец, отход, но одновременно и семя нового цикла. Маккуин мыслил моду как экосистему, где красота рождается из распада, а завод по производству одежды оказывается сродни компостной куче.

Эта идея находит отражение и в современном движении медленной моды (slow fashion). Британские дизайнеры, такие как Фиби Инглиш, исследуют процессы биодegradации тканей, создавая одежду, которая буквально «увядает» по запланированному сценарию. Таким образом, «флоральный мотор» в англофонном мире — это не просто вдохновение, а экологическая и экономическая модель, осознающая свои отходы и стремящаяся встроиться в естественные циклы планеты, став своего рода «метаболическим заводом».

Отметим, что политическое измерение «флорального мотора» проявляется в использовании цветов как инструмента дипломатии и формирования национального бренда не только в англофонном мире. Ярким примером служит финский бренд Marimekko, чье название, означающее «платье для маленькой девочки», отсылает к идее нераскрывшегося бутона, юной женственности. Однако за этой кажущейся наивностью скрывается мощная «фабрика идентичности»: сам бренд был зарегистрирован супругами Арми и Вильо Ратиа в 1951 году и прошел путь от маленькой фабрики Printex, производившей кухонную клеенку и ткани с набивным рисунком, до коллаборации с Adidas, Uniqlo и даже Manolo Blahnik (босоножки с цветами). Узнаваемый принт Unikko («мак») работы Майи Исолы, созданный вопреки первоначальному запрету основателей бренда на цветочные мотивы, стал не просто коммерческим узором, а визуальным символом Финляндии, вплоть до росписи самолетов национальной авиакомпании. История бренда — история мимикрии кустарного производства под логику глобального завода, где цветочный принт становится товарным знаком и формой мягкой силы: достаточно вспомнить внимание к этому бренду Жаклин Кеннеди, заказавшей его платья в 1960 году. Этот же принцип работает в политических

жестах в самых разных странах, уже не связанных с конкретными брендами: от Грейс Келли, привозившей солдатам корзины фруктов, до современных фем-шествий с цветами, где растительная эстетика смягчает социальный протест, превращая обертку для букета в символическую обертку для всего действия. Так в позднем капитализме промышленное упаковывание бренда оказывается мимикрией под упаковывание цветов, а вместе получается эффект смягчения нежелательных эффектов.

2. Русофонный мир: цветочный город и индустриальный утопизм

В советской и постсоветской культуре ботаническое воображение несет на себе отпечаток утопического проекта модернизации, стремящегося преодолеть противоречие между природой и индустрией через синтез. Прямой метафорой этого синтеза служит «Цветочный город» из сказки Николая Носова о Незнайке (1954) — идеализированное сообщество, где технологии (воздухоплавание, автомобили) не разрушают, а дополняют идиллический ландшафт, а труд является игрой.

Эта литературная утопия проецировалась на реальность через советский текстильный дизайн. Цветочные узоры на ситцах 1950-х годов при всей их кажущейся наивности выполняли идеологическую функцию: они были «окном в природу» для жительниц индустриальных городов, визуальным обещанием «светлого будущего», где жизнь будет столь же прекрасной и беззаботной, как в сказочном городе. Эти узоры были не просто украшением, а элементом пропагандистской машины, «заводом по производству грез».

В советской культуре «флоральный мотор» работал и на уровне жесткой символической таксономии, где каждому цветку и событию предписывалась своя роль в календаре государственных ритуалов. Мимоза на открытках к 8 марта, гладиолусы как эмблема Дня знаний, гвоздики у Вечного огня — эта система визуальных кодов была частью завода по производству смыслов, где природная образность ставилась на службу идеологии. Однако и здесь возникала диалектика: траурный символ гвоздики, например, вытеснил ее прежнее декоративно-творческое значение, демонстрируя способность системы к символическому перекодированию, всегда связанному с телесностью, здесь, со скорбящим телом. Так, эстетизация здорового, цветущего тела, пропагандируемая в начале XX века Львом Бакстом в его скандальных сценических костюмах, была ответом на «неврастению» предыдущей эпохи. Бакст спровоцировал общественную

дискуссию о наготe на сцене с обсуждением полуобнаженных костюмов, когда набедренная повязка царицы Египетской соединялась с лифом нитями бус. Критика шла за «откровенность» и так называемое «раздевательное» направление на сцене (Беспалова 2013: 107). М. Н. Кузнецова-Бенуа в сценическом образе от Бакста могла соперничать с Айседорой Дункан. Ответ Бакста на медийные публичные обвинения — пример ответа при алгоритме (технологии моды): «Новый вкус отвечает новому движению в искусстве и в театре в частности, как реакция против предыдущего поколения неврастеников, хилых людей конторки и кабинета современное молодое поколение бросилось в сторону спорта, гимнастики... Появился культ здорового, полного жизни и движения тела» (Там же: 109). Итак, Бакст, оправдывая полуобнаженные наряды для оперных див, попытался запустить «флоральный мотор» человеческой пластики, противопоставив его хилости индустриального века.

В изобразительном искусстве и кино эта тема получает более сложное, часто меланхоличное звучание. Фильм Сергея Параджанова «Цвет граната» (1969) представляет собой не линейный нарратив, а ряд живых полотен, где национальный костюм, тело актера и ритуальные предметы складываются в сложные, статичные композиции, напоминающие гербарий. Здесь вегетативная эстетика становится формой сопротивления против линейного, механистического времени истории и прогресса. Мода застывает в вечности, подобно засушенному цветку.

Современные российские дизайнеры, такие как Алена Ахмадулина, активно обыгрывают это наследие. Коллекции Ахмадулиной часто представляют собой гибрид славянских и восточных флоральных мотивов с футуристическими, порой кибернетическими силуэтами. Возникает эстетика ботанического киберпанка, где вышивка, напоминающая народный промысел, соседствует с неоновыми акцентами и синтетическими материалами. Это прямое продолжение носовской утопии — попытка визуализировать мир, в котором цифровое и природное, ручное и машинное не конфликтуют, а взаимно обогащают друг друга.

Даже в суровом контексте позднесоветского дефицита «флоральный мотор» не останавливался. Самодеятельное вязание, вышивка и перешивание старых вещей были способом «прорастить» индивидуальность в условиях тотального дефицита готовых форм. Это было кустарное, «огородное» производство моды, где квартира превращалась в мини-фабрику по созданию уникального, цветущего вопреки обстоятельствам.

3. Лузофонный и фронтирно-лузофонный мир: тропическая алхимия завода

В регионах, чья история неразрывно связана с колониальной плантационной экономикой, связь между цветком и заводом изначально носит травматический характер. Плантация сахарного тростника, кофе или каучука — это и есть первичная гибридная форма: природный организм, поставленный на службу индустриальному конвейеру. Современная мода в этих странах занимается алхимическим преобразованием этой травмы в силу.

Бразильский карнавал — квинтэссенция такого превращения. С одной стороны, это взрывная, казалось бы, стихийная энергия тропической флоры и плоти. С другой — это высокоорганизованная, тотальная индустрия, «фабрика грез» с четким разделением труда, цехами для изготовления костюмов и строгим графиком. Каждый костюм из перьев и страз — это продукт конвейера, имитирующего органическое изобилие. Романы Жоржи Амаду, например «Габриэла, гвоздика и корица» (1958), пропитаны этим чувственным, почти агрессивным ароматом тропиков, который проникает в городские пространства, олицетворяя неукротимую жизненную силу, которую невозможно до конца подчинить заводской логике.

В Индонезии, бывшей когда-то португальской колонией, техника батик изначально была домашним, преимущественно женским производством. Узоры, часто флоральные, наносились вручную и несли сакральный смысл. В колониальный и постколониальный период батик был вписан в глобальную товарную цепочку. Сегодня он существует в двух ипостасях: как машинный, коммерческий продукт для массового рынка и как искусство медленного, ремесленного труда. Эта двойственность и есть суть «флорального мотора» в регионе: борьба за аутентичность и культурную идентичность в условиях глобализованного производства.

Африканские дизайнеры не только лузофонного, но и франкофонного и англофонного миров, такие как Ладума Нгксоло (бренд MaXhosa, основан в 2015 году) из ЮАР (где насчитывается, по разным данным, около 300 тысяч носителей португальского), напрямую переводят традиционные узоры, вдохновленные природой (например, формой кактуса), на машинное вязание. Его работы — это не просто этнический принт, а сложная перекодировка культурного кода в язык современной индустрии моды. Он создает не просто одежду, а новую гибридную идентичность, где племенные традиции сталкиваются с технологиями, а «флоральный мотор» становится двигателем культурного суверенитета.

Даже в критическом искусстве эта тема находит отражение. Художники из всех этих регионов часто используют в своих работах натуральные красители, волокна и сами растения, чтобы говорить об экологической повестке и исторической эксплуатации. Их работы — это напоминание, что за романтикой тропического принта стоит долгая история невидимого труда и извлечения прибыли из природы, но также и демонстрация способности этой природы к сопротивлению и постоянному обновлению.

4. Франкофонный мир: роскошь, гербарий и невидимый труд

Французская традиция в моде представляет собой апофеоз романтизации ботанического, где цветок возведен в ранг высшей эстетической и коммерческой ценности. Однако за этим фасадом безупречной красоты скрывается столь же безупречно отлаженная производственная машина. Французская мода — это искусство мимикрии, где завод маскируется под сад.

Кристиан Диор является ключевой фигурой в построении этой мифологии. Его культ цветов, личный сад в Гранвиле и такие коллекции, как «Мисс Диор» или «Королла», закрепили флоральный код в ДНК дома. Однако его знаменитый ню-лук (февраль 1947 года) с пышной юбкой-цветком был не просто данью эстетике, а сложным инженерным сооружением, требовавшим огромного расхода ткани, точнейшего кроя и армии портных. Это был заводской продукт, рядившийся в одежды расцветающей природы. Роскошь здесь — это результат преодоления материи, подчинения ее строгой форме, как садовник подчиняет себе розовый куст.

Французская традиция романтизации флорального достигла апогея в эпоху модерна, когда эстетика, держащаяся на растительном орнаменте, пронизала все сферы жизни — от картин Альфонса Мухи до рекламы. Эстетика модерна держится на растительном орнаменте: маки, лилии, достаточно вспомнить картины и рекламные изображения Альфонса Мухи. Как замечает Валери Стил: «Развитие моды (la mode), которая в то время уже воспринималась как доходный товар, как самостоятельный вид искусства, по-видимому, тесно связано с возникновением эстетики модерна» (Стил 2013: 86). Этот «завод по производству грез» имел и свою изнаночную сторону, блестяще показанную в фильме «Дьявол носит Prada» (The Devil Wears Prada, 2010). Жесткая, почти индустриальная иерархия и конвейерная логика создания модного журнала обнажают мимикрию творчества под

фабричный конвейер. Сама Анна Винтур, прототип героини, в своем образе на Met Gala 2015 в красных маках от Chanel Couture, стала живым символом этого слияния — она и роскошный цветок, и деталь отлаженного механизма индустрии.

Институт высокой моды — это и есть та самая «фабрика цветов» в ее чистом виде. Ателье — это цеха, а *les petites mains* (маленькие руки) — высококвалифицированные работники, чей невидимый труд буквально выращивает платья из бисера, шелка и органзы. Фильм «Вышивальщицы» (*Les Brodeuses*, 2004) Элеоноры Фауш точно показывает эту двойственность: кропотливая, почти медитативная работа по созданию красоты оказывается вписанной в жесткие рамки коммерческого заказа и временных ограничений. Ботаническое воображение здесь служит одновременно и вдохновением, и идеологическим прикрытием для эксплуатационной системы.

Франко-африканские художники и дизайнеры вносят в эту парадигму критический взгляд. Например, художница Мирием Наджи (*Miriam Naji*) в своих инсталляциях использует вышивку и текстиль, чтобы говорить на примере текстиля Марокко о колониальном обмене, миграции и труде. Ее работы обнажают швы, скрепляющие романтический образ мировых столиц моды, начиная с Парижа как бывшей метрополии для Марокко, с глобальными цепочками поставок и историческим неравенством. Она показывает, что «флоральный мотор» во франкофонном мире работает на энергии, притекающей из бывших колоний.

Даже в парфюмерии, неотъемлемой части французской моды, эта логика очевидна. Парфюмерные дома Грасса исторически были центрами переработки природного сырья (цветов, трав) в товар массового люкса — духи. Завод по производству духов — это алхимическая лаборатория, превращающая живой цветок в абстрактный, тиражируемый образ, в товарный знак. Таким образом, во франкофонном мире ботаническое воображение — это самый сложный механизм по производству желания, где природа систематизируется, архивируется в виде гербариев и превращается в капитал.

5. Германофонный мир (наследие Миттельевропы): ботанический конструктив и таксономия

Для германофонного культурного ареала, с его наследием философского идеализма, рационализма Баухауса и традиций ботанической таксономии, характерен не эмоциональный, а структурный подход к флоре. Здесь «ботаническое воображение» — это воображение

не цветка, а его чертежа, не красоты, а принципа организации. Это взгляд ботаника-систематика и инженера.

Дизайнеры, определяющие эстетику этого мира, такие как Жиль Зандер или Хельмут Ланг, крайне редко используют явные цветочные принты. Однако их минимализм, внимание к текстуре, крою и конструкции можно рассматривать как высшую форму ботанического мышления. Их одежда отсылает к структурной чистоте и функциональности растительных форм — к стеблю, который несет цветок, к жилкам на листе, к принципу экономии материала. Их мода — это «растение», лишённое декоративности, сведённое к своей архитектонике.

Фундаментальную основу для этого подхода заложил фотограф Карл Блосфельдт в своей книге «Праформы искусства» (Blossfeldt 1928). Его макроснимки растений выявляли их сходство с индустриальными объектами — колоннами, завитками кованого железа, арками. Блосфельдт доказал, что природа — первый и главный инженер. Его работы стали визуальным манифестом, предвосхитившим эстетику функционализма в моде и дизайне.

Немецкая философская мысль также внесла вклад в эту концепцию. Вальтер Беньямин в «Центральном парке» анализировал моду как сновидение коллективного тела, где «новое» прорастает из «старого» подобно побегу из почвы прошлого: «Мода — это вечное возвращение нового» (Беньямин 2000: 221). Для него мода была вегетативным процессом в недрах культуры. Эта идея напрямую соотносится с работой «флорального мотора» — двигателя, который перерабатывает прошлые формы в новые, следуя неумолимой логике роста.

Современные австрийские или швейцарские дизайнеры, например работающие в области «умных тканей», доводят эту логику до предела. Они создают материалы, реагирующие на среду, меняющие цвет или форму, подобно некоторым растениям. Здесь мода мимикрирует под завод, производящий не просто вещи, а кибернетические организмы. «Флоральный мотор» в этом контексте — это уже не метафора, а техническое задание: создать одежду, которая будет расти, дышать и адаптироваться, как живой организм, но производиться промышленным способом.

Заключение

Проведенный анализ позволяет сделать вывод, что «ботаническое воображение» в моде не исчерпывается декоративной функцией. Оно выступает в роли глубинного «флорального мотора», задающего

ритм и структуру всей модной системы. Этот мотор работает в режиме диалектического напряжения между органической, вегетативной логикой (рост, цветение, увядание) и индустриальной, заводской логикой (конвейер, стандартизация, производство). Мода мимикрирует под завод, чтобы легитимизировать свое существование в капиталистической экономике, но при этом апеллирует к цветку как к источнику своей эстетической и символической ценности.

Цветочные парады в Амстердаме с середины XX века представляют собой многокилометровые шествия, люди-цветы, автомобили-цветы, перформансы, арт-объекты и инсталляции. Тюльпан — символ Голландии, ромашка в России распространена как символ семьи и праздника Петра и Февронии, гвоздика — символ Испании, акация — Австралии, лилия — Франции, клевер — Ирландии, лотос — Южной Кореи и Китая. Тем самым запуск флорального мотора оказывается возможен в самых разных культурных мирах, благодаря развитию общей культуры гибридизации агрегатов цивилизации (автомобилей, самолетов) и чувственных порядков городской жизни.

Добавим, что в восточных культурах «флоральный мотор» обычно работает в режиме глубокой символической и медитативной практики, где цветок — не просто форма, а философская категория. Принцип красоты как нераскрывшегося бутона, воплощенный в образе юной гейши, противостоит западной идее пышного, экспрессивного цветения. Эта эстетика находит отражение в кинематографе («Мемуары гейши» Роба Маршалла, 2005, с цветущей сакурой) и в национальной символике: лотос в Китае и Корее, хризантема в Японии. Японский дизайнер Иссей Мияке довел этот принцип до структурного абсолюта. Его эксперименты с формой, напоминающие оригами из гофрированных цветов, привели к революции в репрезентации моды. На его выставках костюмы, подобно гербариям или обоям, покрывали стены и полы, отказываясь от антропоморфных манекенов. Это «заводское», серийное расположение одежды-объекта создавало новую онтологию моды, где вещь существует не как оболочка тела, а как самостоятельный артефакт, произведенный по законам ботанического конструктивизма. Этот дизайнер высокой моды начал сотрудничество с музеями, в результате которого новые экспозиционные методы были приняты в музеях. Экспозиции в галерее Фонда современного искусства Картье в Париже и в Нью-Йоркской галерее: пять тематических разделов с интерактивными компонентами выставочного дизайна: «Здесь не было привычных манекенов и платформ. Костюмы покрывали стены и полы, подобно декоративным обоям или коврам, свисали, подобно шторам, с закрепленных сверху вешалок» (Мирс 2013: 270). Сам Мияке

известен гофрированными цветами, которые напоминают оригами: тюльпаны и салфетки из рисовой бумаги, в которые облачены модели.

Универсальность предложенной онтологии подтверждается ее способностью описать даже самые фантазийные и, казалось бы, чистые репрезентации «ботанического». Фея Сирени в балете П. И. Чайковского «Спящая красавица» (1890) — это для нас не просто волшебный персонаж, а персонификация самого «флорального мотора», программирующего цикл столетнего сна-увядания и последующего пробуждения-цветения по магическому сценарию. Кинематограф предоставляет нам готовые визуальные ландшафты этой онтологии: от нарциссовых полей-грез в «Большой рыбе» Тима Бертона (2003) и роз как символов политической власти в «Алисе в Стране чудес» (2010) до пионов — атрибутов монаршей роскоши в «Марии-Антуанетте» Софии Копполы (2006) и сакуры как квинтэссенции национальной культуры в только что упомянутых «Мемуарах гейши» Роба Маршалла (2005). Даже экспериментальный подиум в фильме Питера Гринуэя «Интимный дневник» (1996) является частью этого процесса — это попытка переизобрести сам механизм показа, вырвав его из заводской рутины и превратив в уникальное арт-событие, подобное цветению редкого растения.

Рассмотрение пяти различных культурных миров показало, что конкретные формы этой гибридной онтологии варьируются: от индустриального сада Англии и утопического «цветочного города» России до тропической алхимии Бразилии, роскошной фабрики Франции и ботанического конструктивизма Германии. В каждом случае флоральный мотив служит не просто украшением, а ключом к пониманию локальных особенностей производства, потребления и репрезентации моды. Таким образом, предлагаемая онтология позволяет увидеть моду как сложный мировой феномен, единый в своем стремлении соединить онтологию цветка и онтологию завода.

Литература

- Барт 2003* — Барт Р. Система Моды: Статьи по семиотике культуры / Пер. С. Н. Зенкина. М.: Издательство им. Сабашниковых, 2003.
- Беньямин 2000* — Беньямин В. Озарения / Пер. Н. М. Берновской, Ю. А. Данилова, С. А. Ромашко. М.: Мартис, 2000.
- Беспалова 2013* — Беспалова Е. Бакст и оперные дивы // Теория моды: одежда, тело, культура. 2013. № 28. С. 105–134.
- Джеймисон 2019* — Джеймисон Ф. Постмодернизм, или культурная логика позднего капитализма / Пер. с англ. Д. Кралечкина; под науч. ред. А. Олейникова. М.: Издательство института Гайдара, 2019.

Липовецкий 2012 — Липовецкий Ж. Империя эфемерного: мода и ее судьба в современном обществе / Пер. с фр. Ю. Розенберг; под науч. и лит. ред. А. Маркова. М.: Новое литературное обозрение, 2012.

Мирс 2013 — Мирс П. Азия на выставке // Теория моды: одежда, тело, культура. 2013. № 28. С. 255–283.

Стил 2013 — Стил В. *Femme fatale*: парижская мода и визуальная культура на рубеже XIX–XX веков // Теория моды: одежда, тело, культура. 2013. № 28. С. 85–93.

Bhabha 2012 — Bhabha H. K. *The Location of Culture*. London: Routledge, 2012.

Blossfeldt 1928 — Blossfeldt K. *Urformen der Kunst*. Berlin, 1928.

Craik 2003 — Craik J. The Cultural Politics of the Uniform // *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*. 2003. Vol. 7.2. P. 127–147.

Craik 2009 — Craik J. Is Australian Fashion and Dress Distinctively Australian? // *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*. 2009. Vol. 13.4. P. 409–441.

Craik 2013 — Craik J. Fashion, Tourism and Global Culture // *The Handbook of Fashion Studies* / Eds S. Black, A. de la Haye, J. Entwistle et al. London: Bloomsbury, 2013. P. 364–380.

Craik 2020 — Craik J. The Political Culture of Non-Western Fashion Identities // *Fashion, Style & Popular Culture*. 2020. Vol. 7. No. 1. P. 9–27.

Goody 1993 — Goody J. *The Culture of Flowers*. Cambridge: Cambridge University Press, 1993.

Horton et al. 2025 — Horton K., Payne A., Thomas J. The Social Dynamics of Circular Textile Economies: Three Case Studies From Australia // *Journal of Community & Applied Social Psychology*. 2025. Vol. 35. No. 5. P. 170–171.

Jung 2025 — Jung J. Types of Resistance Strategies Used in Decolonizing Fashion // *The Korean Fashion and Textile Research Journal*. 2025. Vol. 27. No. 3. P. 206–220.

Moumni 2024 — Moumni O. Rethinking Fashion Photography: Reconstructing Identities, Decolonising Bodies and Resistance in Postcolonial Morocco // *Visual Studies*. 2024. P. 1–13.

Po DeLisle 2025 — Po DeLisle G. Fashion, Migration and Identity in Italian Cinema: The Case of *Billo il grand dakhaar* and *Bangla* // *Journal of Italian Cinema & Media Studies*. 2025. Vol. 13. No. 1–2. P. 121–135.