

Луана Аладжем

(Louana Aladjem) — магистрант
Высшей школы искусства и дизайна,
Женева. Специализация — дизайн
одежды и аксессуаров.

Элизабет Фишер

(Elizabeth Fischer) — адъюнкт-
профессор Высшей школы
искусства и дизайна, Женева
(Университет прикладных
наук Западной Швейцарии).
Специализация — дизайн одежды
и ювелирных изделий.

Тактильность моды и инклюзив- ность

в выпускной бакалаврской коллекции Луаны Аладжем¹

Исходный контекст и проблематика

Мы живем в эпоху, когда на первый план выходит визуальное восприятие и зрение. Зрительная презентация моды стала одной из форм мировой культуры.

Благодаря брендинговым кампаниям и онлайн-торговле, а также блогам и страницам в соцсетях, хозяева которых, желая похвастаться чувством стиля, гордо демонстрируют свои покупки и повседневные костюмы, мода завоевала социальные сети.

Изучая моду в ее практическом аспекте, я ставлю перед собой задачу исследовать другие чувства в мире моды, чтобы открыть дорогу чувственному восприятию одежды в мире, тонущем в ее визуальных

образах. Ношение одежды — телесный опыт. Как мы разделяем восприятие моды с другими и транслируем его с помощью визуальных медиа? Как стимулировать или вернуть умение переживать моду на осязательном, аудиальном, обонятельном уровне? Как моде и модным платформам взаимодействовать с разными аудиториями, чьи физические возможности расходятся с представлением о норме?

Шаг к инклюзивной моде: как незрячим и слабовидящим ориентироваться в сплошном визуальном потоке современной моды

Интернет-магазины и социальные сети все чаще делают ставку на моду как образ. Дематериализация одежды уплощает поверхности и материалы, придавая им на многочисленных экранах однотипный лоск. Осязательное восприятие одежды — как и наша тактильная память, хранящая ощущения от контакта с различными материалами, — сдает свои позиции. Описывая взгляд, сосредоточенный прежде всего на текстуре, а не на визуальных эффектах, Лора Маркс придумала термин «тактильная визуальность» (Lauwrens 2018; Lauwrens 2019). За этим понятием стоит осознание того, что зрительное восприятие тесно связано с тактильным восприятием. О «тактильной визуальности» уместно говорить, когда зритель интуитивно догадывается о тактильных свойствах визуально воспринимаемого объекта, опираясь на личный или культурный опыт. Именно благодаря нашей «сенсорной эрудиции» — более или менее широкой — образы способны вызывать тактильные ощущения. Тактильные воспоминания о тканях позволяют нам различать материалы, выглядящие на экране одинаково, потому что их материальность распалась на однообразные пиксели. Без телесного опыта невозможно помыслить ощущение. Цифровые изображения отсылают к реальности и к узнаваемым ощущениям, которые покупатель воспринимает как свои.

Работая над выпускной коллекцией, я хотела сосредоточиться на слабовидящих людях и их ощущениях от покупки и ношения одежды. У слепого человека обостряются осязание, обоняние и слух, и, конечно, он воспринимает мир иначе, чем тот, кто наделен зрением. Характерный для незрячих людей особый, непривычный способ взаимодействия с окружающим миром может побудить нас переосмыслить собственные привычки в отношении того, как мы пользуемся вещами и как оцениваем их, ставя во главу угла зрение.

Одежда материальна, поэтому оценить ее качество можно в том числе на ощупь и по запаху — запаху хорошей кожи, мягкости или плотности шерсти. Однако когда мы говорим, что вещь «хорошо выглядит» или «стильно смотрится», мы концентрируемся на визуальных аспектах, и именно они, как правило, играют решающую роль при выборе одежды. Возможность покрасоваться перед другими в соцсетях усугубляет зависимость от зрения. Мы все чаще используем собственную внешность, чтобы поднять свой социальный престиж, привлечь внимание и вызвать восхищение, представить миру наше «сложно устроенное эго» (Finkelstein 1996: 40; цит. по: Руджероне 2018: 106).

Обратившись к опыту слабовидящих, я хотела поставить под вопрос ключевую роль зрения в современной моде. Поэтому в своем исследовании я рассматриваю слепоту или слабое зрение не как физический изъян, а как иной способ восприятия мира (не преуменьшая, однако, отпечатка, накладываемого таким состоянием на жизнь людей). Вслед за Эрин Мэннинг, старающейся представить многообразие тел в положительном свете, а не видеть в них дефект, я показываю, что иначе устроенные тела чутко реагируют на окружающую их обстановку (Manning 2016: 15). Осязание — чувство, отзывающееся во всем теле, так как тактильные стимулы мы получаем через кожу, посредством которой мы ощущаем прикосновение к предметам и людям. Но сегодня ощущение социального благополучия питается скорее визуальными впечатлениями, чем тактильными. Тем не менее наши ощущения влияют на телесное восприятие одежды. Если мы надели неудобный костюм, акцент резко смещается в сторону тактильных ощущений, обостряется ощущение границ, пределов собственного тела среди других тел. В модном образе, которым одержима наша социальная культура, телесное восприятие на уровне кожи обычно остается за кадром (Entwistle 2000: 334). Отдавая визуальному предпочтение перед тактильным, мы отказываемся от важного элемента собственного опыта.

Полевые исследования перед работой над инклюзивной выпускной коллекцией одежды

Чтобы составить представление о мироощущении, потребностях, желаниях, мыслях, убеждениях и вкусах слабовидящих людей, о том, что их устраивает или не устраивает в сегодняшней моде, я взяла несколько интервью. Контакты таких людей — как мужчин, так и женщин — мне дали знакомые и ассоциация, работающая с людьми с разными физическими нарушениями.

Некоторые из тех, с кем я беседовала, придавали большое значение своей наружности, другие были меньше ею озабочены: одна женщина сказала, что «не считает себя такой уж модницей», но получает удовольствие от красивой одежды. Осознание — главное чувство в жизни таких людей, поэтому именно качество материала определяет их выбор. Тактильное взаимодействие с текстурой и материалом определяет их впечатление от товара. Всем респондентам приходится ходить по магазинам с сопровождающими, потому что совершать покупки самостоятельно оказалось очень трудно, а то и вовсе невозможно. И дело не только в отсутствии описаний расцветок, узоров и размеров, но в том, что интерьер магазинов не адаптирован к их потребностям.

Кроме того, я посмотрела и проанализировала видеоролики двадцатисемилетней слабовидящей канадки Молли Бёрк, рассказывающей о своей, как она выражается, «слепой любви к моде» на YouTube-канале, где она обсуждает моду и собственное отношение к одежде². У нее почти два миллиона подписчиков. Бёрк отмечает, что описания недостаточно подробны, даже когда дополнены аудио. Ощущается острая нехватка «письменной» и «устной» моды, которую Ролан Барт анализирует в известной работе «Система Моды». Делясь с подписчиками опытом онлайн-шопинга, Бёрк вносит свой вклад в картину потребления моды как социальной практики и привлекает внимание к отсутствию информации о товарах, необходимой не только незрячему, а вообще любому покупателю.

Ниже приведены основные трудности, с которыми сталкиваются слабовидящие респонденты.

В магазинах:

- нельзя прочесть информацию на этикетках, доступ к самим этикеткам затруднен, поэтому непонятно, из чего сделана одежда, какого она происхождения и размера, как за ней ухаживать;
- без аудио трудно распознавать орнаменты, цвета и другие свойства плоских поверхностей;
- застежки непрактичны, неудобны, пользоваться ими трудно, они неудачно расположены — без посторонней помощи до них трудно дотянуться;
- магазины не ориентированы на потребности слабовидящих или людей с другими физическими нарушениями, им трудно дотянуться до вешалок с одеждой.

Онлайн:

- отсутствие подробных описаний приводит к неприятным сюрпризам при получении товара.

Ключевые элементы, которые необходимо учитывать, создавая коллекцию одежды, адаптированную для людей с разными специфическими потребностями

Работая над выпускной коллекцией, я опиралась на впечатления респондентов от взаимодействия с одеждой. Мне хотелось иначе посмотреть на свою работу как будущего модельера и найти практический подход, показав, что система моды способна откликаться на потребности, желания и ощущения более широкой, то есть более многообразной аудитории. Моей целью было создать коллекцию, подходящую как для зрячих, так и для слабовидящих людей. А значит, требовалось переосмыслить не только саму одежду, но и подачу коллекции. И мне пришлось решать обе задачи, чтобы добиться *осязаемого* диалога между зрением и тактильностью, своего рода «тактильной визуальности», понятной любой аудитории, найти точку пересечения чувственного и эмоционального опыта, баланс между способностью радовать глаз и доставлять удовольствие при прикосновении.

К тому же мне представлялось чрезвычайно важным, чтобы моя собственная идентичность и дизайнерский язык остались на первом плане, то есть связать ключевые особенности коллекции со своими дизайнерскими решениями и почерком. Как модельеру мне необходимо, работая над инклюзивной коллекцией, сохранить верность своему дизайнерскому стилю. Я не собиралась внешне подчеркивать, что коллекция создана с учетом потребностей людей с инвалидностью. Наоборот, я намеренно попыталась учесть их специфические потребности так, чтобы коллекция оставалась привлекательной и эстетичной. Вот ключевые принципы, которыми я руководствовалась при разработке дизайна:

- учет откликов покупателей и ориентация прежде всего на них при обдумывании технических параметров кроя и фасона, равно как и декоративных или модных деталей;
- эргономичный дизайн застежек — любому человеку должно быть комфортно;
- целостный подход к изделиям;
- главный принцип коллекции: *все, что мы видим, можно почувствовать* — если полосы видно, значит, они осязаемы.

Хлопковая блуза с рельефной клетчатой текстурой, джинсы со съёмными элементами, купальник (ил. 1–3 и др. иллюстрации см. во вклейке 2)

Чтобы обогатить тактильные ощущения от материала, можно применять разные техники: рельефный рисунок из ниток, аппликацию, вышивку, съёмные или подвижные декоративные элементы (в данном случае пряди волос), лак, создающий эффект рельефа, тиснение и так далее. Нити на блузе образуют рельефную клетку: ее не просто видно — она чувствуется на ощупь.

Цветочный узор на купальнике повторяется лаком с изнанки, непосредственно соприкасаясь с кожей владелицы. Рельефный орнамент способствует тактильному восприятию одежды и ткани.

Длинное хлопчатобумажное платье с оборками, тиснение бархатом, магнитные застежки (ил. 4)

Тиснением на ткань нанесена фраза, написанная шрифтом Брайля, поэтому хозяйка платья может его «читать». В то же время тиснение выполняет декоративную функцию. Его расположение продумано — оно находится в местах, куда естественно положить руку при прикосновении или объятии. Источником вдохновения послужила страница французского куратора Оливье Сайяра в Instagram. Высокий воротник легко застегивается сзади на магнит. Несколько ярусов оборок дают почувствовать объем платья.

Мини-комбинезон из джерси и декоративные очки (ил. 5–7)

Искусственные ресницы, которыми отделаны передняя планка и ворот, создают эффект «поцелуя бабочки». На каждой из отпечатанных на 3D-принтере пуговиц есть выступающая точка, расположенная на одной из осей, делящих ее на четыре симметричные части. Такой же рельефный стежок сделан рядом с каждой петлей, чтобы удобно было застегивать пуговицы в правильной последовательности на ощупь.

Декоративные очки с вставными пластинами из камня — метафора проблематики всей коллекции, связанной с заикленностью нашего общества на визуальной стороне моды.

Ярлыки: аудиоописания одежды (ил. 8)

Каждое изделие снабжено легкодоступным ярлыком с QR-кодом, отсканировав который можно получить сведения о размере, цвете, покрое, орнаменте, материале, процессе изготовления и общем виде изделия, а также рекомендации по уходу за ним. QR-код перенаправляет

на платформу, где присутствует и дополнительная информация: музыка, которой навеяна коллекция, интервью с дизайнерами и другие аудиозаписи.

Ярлыки располагаются с лицевой стороны изделий на боковых швах.

Мода — не просто картинка. Инклюзивная мода должна стать нормой, отражая восприятие представителей разных групп

Инклюзивность и установка на многообразие должны быть не концепцией, а нормой моды, чтобы она охватывала все типы тел с любым набором возможностей. Доступ к так называемой «нормальной» моде есть не у всех, причем по самым разным причинам: физическим, социальным, экономическим... но все мы ежедневно одеваемся и получаем удовольствие от ношения одежды. Создавать инклюзивную моду — значит создавать одежду, привлекательную и удобную для всех, для человека с любыми телесными параметрами и возможностями. Одежда вовсе не должна буквально «кричать» об инклюзивности. Инклюзивность и установка на многообразие обогащают процесс дизайна одежды. Как напомнил Квентин Белл в книге «О человеческих нарядах», одежда до такой степени является частью нас самих, что мало кто равнодушен к ее состоянию; ее материя — в каком-то смысле естественное продолжение нашего тела и даже души. Думаю, нам пора осознать это более отчетливо, чтобы создавать продолжения, подходящие к разным параметрам тела и личности.

Перевод с английского Татьяны Пирусской

Литература

Rudgerone 2018 — Руджероне Л. Ощущать себя одетым: исследование аффектов и облаченное тело // Теория моды: одежда, тело, культура. 2018. № 49. С. 103–125.

Entwistle 2000 — Entwistle J. Fashion and the Fleishy Body: Dress as Embodied Practice // Fashion Theory. 2000. Vol. 4. Is. 3. Pp. 323–347.

Lauwrens 2018 — Lauwrens J. More than Meets the Eye: Embodied Engagement with After the Last Supper // Art Journal. 2018. Vol. 77. Is. 2. Pp. 8–23.

Lauwrens 2019 — Lauwrens J. Seeing touch and touching sight: a reflection on the tactility of vision // The Senses and Society. 2019. Vol. 14. Is. 3. Pp. 297–312.

Manning 2016 — Manning E. *The Minor Gesture*. Durham; London: Duke University Press, 2016.

Ruggerone 2017 — Ruggerone L. *The Feeling of Being Dressed: Affect Studies and the Clothed Body* // *Fashion Theory*. 2017. Vol. 21.5. Pp. 573–593.

Примечания

1. В основу статьи легло выпускное эссе Луаны Аладжем «Между тактильностью и виртуальной реальностью: задачи моды завтрашнего дня» (*Entre tactilité et virtualité, les enjeux de la mode de demain*, 2020), написанное под руководством Од Фелле.
2. www.youtube.com/user/MollyBurkeOfficial (по состоянию на 12.10.2021).