

Роман Л. Кrasilьников

Вологодский государственный педагогический университет

ул. Сергея Орлова 6, 160035 Вологда, Россия

Тел.: (8172) 719736

E-mail: Krasil2000@mail.ru

ТИПОЛОГИЯ ВНЕШНОСТИ И «ВНЕШНОСТЬ ТИПОЛОГИИ» В РОМАНЕ КРИСТИАНА КРАХТА “FASERLAND”

Роман Кристиана Крахта “Faserland” (1995) был сразу же охарактеризован критиками как повествование о мире фирменных товаров. Задача данной статьи – проанализировать репрезентацию в тексте отношения к одежде и телу, отражающую практики современной повседневности в целом. Рассказчик выстраивает в романе семиотическую систему, состоящую из четырех частей: одежда, вещи, внешность, запахи. В них он регулярно обнаруживает такие качественные характеристики, как торговая марка, цвет или материал объекта, которые позволяют типизировать личность по различным критериям. Рассказчик «считывает» по этим кодам значимую для себя и для современной культуры информацию: профессию человека, его участие в субкультуре, его место обитания, склонность к той или иной торговой марке, телесные практики, направленные на улучшение внешности. Постепенно «культ типизации» оказывается внутренней, онтологической основой текста. Переход от одного dress-, look-, thing-, brand-code к другому становится ключевым способом повествования, используемым автором для развития сюжета.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: семиотика, повседневность, текст, код, одежда, тело, запах, брэнд, типология.

*Такой точности восприятия мира, который
сплошь состоит только из фирменных товаров,
такой трезвости взгляда посреди пустоты, такого
неприятия коллективных банальностей при
сохранении тонкости распознающих способностей
всего этого, да притом в столь кристально-
чистом отображении, мне еще никогда
не доводилось встречать.*

ГРЕГОР ФОН РЕЦЦИОРИ

социологов, таких как Р. Барт, Ж. Бодрийяр, Ги Дебор и др.

Однако данная работа не претендует на анализ культуры повседневности, репрезентированной в романе, в целом. Наша задача – отметить особенности части этого типа культуры, которая связана с представлением об одежде и теле.

Другое дело, что лейтмотив романа – именно рефлексия рассказчика по поводу одежды и тела. По сути, перед нами человек, находящийся внутри данной коммуникационной среды, легко и виртуозно считывающий ее язык. Таким образом, текст романа интересен с двух точек зрения: как презентация ряда вещей или телесных

Роман Кристиана Крахта “Faserland” (Крахта 2001), написанный в 1995 году, отражает многие тенденции обыденной психологии конца XX века. Эта психология связана, прежде всего, с проблемами потребления, рассматриваемыми в работах семиологов и

практик и, с другой стороны, как рефлексия по поводу этой презентации, то есть, по большому счету, как уже готовый метанарратив. Но говорить о высказываниях главного персонажа как о метанарративе не совсем корректно: они спонтанны и не структурированы, хотя в их тематике-проблематике и есть регулярность. А *регулярность* – это новое качество предмета наблюдения, поиск и разработка которого (имеется в виду «это новое качество») должны привести в свою очередь к новому качеству метатекста, то есть стать инструментом исследования в данной работе.

Проанализировав текст романа, мы пришли к выводу, что рассказчик в нем выстраивает семиотическую систему, состоящую из четырех элементов: «одежда», «вещи», «внешность человека», «запахи». Каждый из этих элементов является подсистемой, со своими ценностными ориентирами и репрезентативными особенностями. Тем не менее, на наш взгляд, можно выделить характерные черты, общие для всех четырех составляющих:

- 1) *торговая марка*. Бодрийяр в книге «Система вещей» называет этот феномен «психологическим ярлыком», языком, на котором «разговаривает с нами вещь» (Бодрийяр 1999, с. 207). Пожалуй, трудно найти другой такой роман, где бы вещи так много «разговаривали». Куртка «Барбур», пиджак от Китона, пуловер фирмы «Фэр-Иль», футболки «Esso», «Ariel Ultra», «Milka», шузы фирмы «Док Мартенс», кроссы «Мефисто», автомобили «мерседес», «порш», часики фирмы «Картье» и т.д.
- 2) *наличие определений, содержащих оценку или информацию о цвете или материале объекта*. Взгляд рассказчика всегда

ценностно ориентирует читателя и создает цветную картинку, конструируя во всех отношениях завершенную стилевую модель объекта описания. «Пуловер у нее на самом деле отличный» (Крахт 1999, с. 18; далее после цитат в скобках указывается лишь страница. – Р. К.), «пролетарские шузы фирмы «Док Мартенс» (с. 40), футболки с лейблами настоящих, классных фирм, таких, как Esso, или Ariel Ultra, или Milka (с. 41), «мерседес» просто обалденный» (с. 14), «все из стекла и прозрачного турецкого пластика, и почему-то мне это не в кайф» (с. 32), «прикольный дорожный запах» (с. 37) и т. д.

- 3) *типизация личности*. «Чтение» внешности и языка вещей приводит обычно главного героя к разнообразным суждениям о типе личности, которую он наблюдает. Сложно сказать, дедуктивным или индуктивным путем движется мысль рассказчика, сразу ли он определяет тип и подкрепляет свое замечание указанием на соответствующие атрибуты, или он делает заключение только после «считывания» достаточного количества элементов стиля. Пожалуй, в романе представлены обе методики. К первой можно отнести описание Серхио, друга Карин: «Серхио относится к тем типам, которым непременно нужно носить розовые рубашки от Ральфа Лорана и к ним часы «Ролекс» старого выпуска, а если они не ходят босиком с закатанными штанами, то на ногах у них наверняка будут шлепанцы от Алдена – это я сразу просек» (с. 21). Ко второй – идентификацию старичка-нациста: «На ста-

ричке старомодная шляпа в рубчик и баклажанового цвета блузон, он изрыгает нам вслед проклятия как берсерк, и я говорю Карин, что он наверняка наци» (с. 23). С другой стороны, эти методики оказываются не столько стратегиями «считывания», сколько стратегиями репрезентации «считывания», способами передачи читателю визуального и семиотического опыта рассказчика.

* * *

Типология внешности, ее знаки и атрибуты, на наш взгляд, – центр сюжета романа. Какую же информацию несут указанные выше четыре элемента: одежда, внешность, вещи и запахи?

По ним рассказчик часто «считывает» *приметы профессии*. Приведем примеры выделения характерных признаков некоторых профессий, как они представлены в сознании рассказчика.

Официант из бара «Один»: «Я думаю о том, что официанты в «Одине» всегда выглядят отлично – с бронзовым загаром и пр., – что они всегда в прекрасном настроении, и пытаюсь понять, откуда все это берется» (с. 24). Как видим, здесь на первом плане внешность, в частности те части тела, которые открыты у официантов и находятся в зоне внимания.

Специалист по рекламе: «...Некий вдрызг пьяный молодой человек блюет на дверцу своего бирюзового «порша»-кабрио, одновременно пытаюсь ее открыть. Я быстро бросаю взгляд на номер автомобиля. D-Дюссельдорф. Ага, наверное, он специалист по рекламе, соображаю я. Подумать только: бирюзовый «порш»!» (с. 25). Теперь рассказчик определяет профессию по номеру,

типу и марке автомобиля, а также по специфике репутации города и поведению человека.

Художник: «...Подруливала к какому-нибудь художнику, нарочито плохо одетому. К такому хмырю в вельветовом комбинезоне, в ужасных кроссах на толстой подметке, с немывыми волосами и в гоппической фураге» (с. 103). Опять оценка внешности, а также характерных элементов одежды. В дополнение – субкультурная отсылка («гоппическая фурага») и внимание к еще одному элементу тела – волосам, которые очень часто находятся в поле зрения рассказчика.

Другое поле, благоприятное для «деятельности» главного персонажа-«семиолога» – *члены субкультур или популярных сообществ*. Наци: «Водила, естественно, натуральный наци в спортивной робе» (с. 51). Вспоминая указанную выше цитату о старичке-нацисте («На старичке старомодная шляпа...»), нужно признать, что важную роль играет и поведение, но вестемы (вестема – термин, восходящий к «Семиологии моды» Р. Барта: *vestimentum* – лат. *одежда*) в этих отрывках не менее значимы. Данную мысль можно подтвердить еще одним высказыванием – о читателях «Вельт ам Зонтаг»: «Как же могло случиться, что эти привлекательные молодые люди за пятьдесят лет дошли до столь плачевного состояния. Я имею в виду нынешних читателей «Вельт ам Зонтаг» в их габардиновых брюках с несминаемыми складками, блузонах, выдержанных в пастельных тонах, слишком больших очках с золотыми оправками, которые делают еще более заметными их огромные, в оспинах, носы и торчащие уши. Я этого не понимаю. Раньше они не выглядели как нацисты» (с. 135).

Фан эйсид джаза: «пукс с козиной бордкой, в бейсболке от «Штюсси», одетой

задом наперед» (с. 54). Здесь и торговая марка, и характерный вид одежды, и внимание к внешности. Хиппи: «хиппи в вышитых жилетках из овчины» (с. 157).

Встречаются высказывания, напротив, отделяющие персонажей от участников определенных сообществ, и тем самым описывающие знаковые явления этих сообществ. Не-рейверы: «Поскольку мы одеты цивильно, то есть не носим бутсы в стиле техно, оранжевые майки и бундесверовские штаны, поскольку наши черепушки не обриты наголо, в носках не болтаются кольца, а на заправках нет вытатуированных драконов, рейверы бросают на нас исподтишка испытующие подозрительные взгляды» (с. 157). Не-хиппи: «Я хочу сказать, что он хотя и носит кольца в ушах, джинсовую жилетку и кордовые штаны и ходит без шузов, только в дырявых носках, но на настоящего хиппи не похож – так, серединка на половинку. Он даже обрил себе голову, чтобы его не причисляли к длинноволосым» (с. 158).

В обоих высказываниях характеристика персонажа дается по одежде, аксессуарам и прическе – наиболее значимым сегодня элементам субкультурного кода.

Иногда рассказчик типизирует объект наблюдения через соотнесение его с определенным локусом – *городом обитания*. Локус обуславливает свой dress-code, свою манеру поведения, которые опознаются главным персонажем. Девушки из Гамбурга: «большинство из них упакованы в барбуrowsкие куртки, некоторые носят обтягивающие пуловеры или боди – но эти некоторые, как правило, приезжие» (с. 38). Девушки из Франкфурта (Гамбурга, Берлина, Мюнхена): «Франкфуртовские девочки обладают такой неподражаемой естественностью, какой

нигде в Германии не встретишь. В Гамбурге все девочки ходят в зеленых барбуrowsких куртках, в Берлине все они одеваются подчеркнуто плохо, в подражание художественной богеме, а в Мюнхене, из-за теплого сухого ветра, фена, они как бы светятся изнутри. Но зато во Франкфурте девушки ведут себя совершенно непринужденно. Я имею в виду <...> настоящих клевых девчонок – тех, со слегка вздернутыми носиками, что умеют одеваться, носят светлорубашечные волосы средней длины» (с. 113).

Таким образом, каждый город имеет свой ценностный идеал относительно внешнего вида и поведения.

Еще один способ типизации осуществляется через указание *торговой марки*, одежды или вещи, принадлежащей персонажу. Так, это единственный критерий для «классификации» друга Карин Серхио (см. цитату выше: «Серхио относится к тем типам...»). По такому же основанию можно охарактеризовать и самого рассказчика, обладающего вестиментарными чертами определенной группы – он, как и другие жители Гамбурга, носит барбуrowsкую куртку. Кроме того: «Все мои рубашки – от Brooks Brothers <...> Разница между рубашками от Brooks Brothers и рубашками от Ральфа Лорана заключается, естественно, в том, что вторые гораздо дороже, но при этом гораздо хуже по качеству и вообще смотрятся дерьмово, а кроме того, тот, кто их покупает, вынужден носить слева на груди долбаную эмблему поло» (с. 133). Противопоставление рубашек от Ральфа Лорана и от Brooks Brothers – повод для дифференциации типов личностей, причем личность рассказчика может быть репрезентирована еще через умение «прилично», «цивильно», «в классической манере» одеваться, через «кито-

новский пиджак» и «проштую по канту хорошую обувь» с «металлическими фиговинами» (с. 157, 48, 32, 103, 116).

Наконец, последний критерий для «классификации» – *жест, направленный на повышение внешней привлекательности (сексуальности)*. Ведущую роль в этом случае играют манера обращения с волосами, поддержание прически. Сам рассказчик в течение романа с завидным постоянством «убирает волосы со лба», а похожий жест у Карин наводит на мысль о ее сексуальности: «Зато, судя по тому, как она откидывает назад волосы, смеется и отклоняется назад, в постели с ней наверняка хорошо» (с. 14).

Суммируя сказанное, можно сказать, что семиотика одежды и внешности становится основой типизации личности; при этом можно отметить пять основных критериев, актуальных для главного персонажа романа и обладающих статусом коммуникационной среды со своим языком: 1) профессия, 2) участие в субкультуре, 3) место обитания, 4) склонность к торговой марке, 5) телесная практика, направленная на усиление привлекательности. Очевидно, что перед нами разнородные понятия, но все они связаны с опытом рассказчика, отражающим ценностные характеристики общества, где доминантным типом репрезентации становится визуальный образ.

* * *

Вторая часть работы будет посвящена анализу отдельных частей семиотической системы в романе. Типизация, производимая рассказчиком, сводила эти элементы в единый образ-стиль. Теперь же нас будут интересовать конкретные точки семиотического напряжения и концепты, закрепляемые за

каждым из элементов героем или другими персонажами.

Одежда. И Карин, и Нигель предпочитают изношенный или неряшливый стиль: «она сказала, что не хотела покупать себе зеленую, потому что голубые, когда изнашиваются, выглядят лучше» (с. 14), «прикид на нем не совсем в ажуре <...> Его джемперы все в мелких дырочках, всамделишных дырочках, проеденных молью, а рубашки никогда не бывают глаженными» (с. 41). Вместе с тем неряшливость Нигеля соседствует с непониманием «классического вкуса»: «Он ничего не сечет в классической манере одеваться» (с. 48), – и этим по ходу романа рассказчик противопоставляет его себе, Александру, Ролло и Ойгену: «Кроме того, он <Александр> всегда классно одевался» (с. 87), «Ойген в хорошем пиджаке, в хорошем пуловере» (с. 139), «мы <с Ролло> одеты цивилизно» (с. 157). Так появляются оппозиции *«изношенное, неряшливое – хорошее, новое, опрятное», «субкультурное, безвкусное – классическое, приличное, цивилизованное»*. Несмотря на участие в вечеринках наркоманов, рассказчик поражает читателя респектабельностью своего внешнего вида и знанием дорогих тканей и фирм.

Продолжая разговор о *внешности*, нельзя не отметить те части тела, которые чаще всего становятся объектом наблюдения. Как уже говорилось, первое место здесь занимают волосы. Описание волос есть и в характеристике Карин (стрижка «под пажа»; с. 14), Нигеля («спереди волосы длинные, а сзади совсем короткие»; с. 42), девушки на вечеринке у Нигеля («ее черные волосы собраны в пучок на затылке, а одна прядь падает на лоб»; с. 60), дамы в самолете («ее волосы собраны в узел на затылке»; с. 70), Алек-

сандра («у него очень длинные засаленные волосы, до плеч»; с. 87) и др.

Интересно, что главный персонаж только один раз обращает внимание на глаза, да и то, подозревая, что Карин носит цветные контактные линзы (с. 15). Два раза его привлекает нос (Изабелла Росселини; с. 79) и девчонки из Франкфурта; с. 113), один раз рука (рука Карин; с. 26) и грудь (ее же; с. 18). Часто он замечает «загорелость» кожи (с. 24, 190, 199).

Особое место в романе занимает наблюдение главного персонажа за своей собственной внешностью. Снова главное внимание уделяется волосам: рассказчик «отбрасывает их со лба» (с. 58, 192), «поглаживает на затылке» (с. 60), ищет момент, чтобы воспользоваться гелем, не показавшись при этом «смешным» (с. 19).

По сути, мы обнаружили в тексте три основные оппозиции, прилагаемые к характеристике одежды и внешности: «изношенное – новое», «дерьмовое – классное», «субкультурное – классическое». Оставшиеся два элемента, *вещи* и *запахи*, тоже могут быть типизированы с точки зрения этих бинарных оппозиций понятий. Так, «мерседес» Карин «обалденный» (с. 14), а пластинка на доме Нигеля – «потускневшая» и «не должна казаться слишком новой» (с. 40–41), во Франкфуртской гостинице главный персонаж с наслаждением вдыхает «свежий запах постельного белья» (с. 106–107), а в отеле «Старый Гейдельберг» воздух в комнате «несколько затхлый» (с. 131). И только у «вещей» возникает дополнительная оппозиция «дорогое – дешевое» (подспудно, через торговую марку присутствовавшая, конечно, и при характеристике одежды). При этом «дорогое», естественно, связано с престижной маркой, «дешевое» – с ее отсутствием

(например, часы «Картье» у дамы (с. 78) и дешевые часы из магазинов Dutyfree в Бангкоке у гамбургских коммерсантов и производителей (с. 83)). Кроме часов, рассказчик обращает внимание на другие предметы, расположенные на границах сегментов тела: на «пестрый шейный платок» Карин (с. 26), на «перстень с печаткой и нитку жемчуга» старой дамы (с. 77).

Можно сказать, что наиболее значимыми для главного персонажа становятся зоны, находящиеся на границах сегментов тела: волосы, подбородок, шея, иногда руки. Внимание к ним имеет мифологическую природу, связанную с представлением о проникновении нечистой силы в человека именно через стыки и границы различных частей тела. Отсюда – существующая в традиционном сознании необходимость защищать эти зоны при помощи освященных предметов: кольца, ожерелья, браслеты, пояса и т.д. Освященные предметы не только имели форму круга, но и были покрыты орнаментом для усиления своей охранительной функции. Казалось бы, сегодня сакральность указанных зон и вещей редко осознается, однако они остались «точками семиотического напряжения», то есть объектами, которые чаще всего подвергаются означиванию. И современный роман Кристиана Крахта показывает, что внимание к этим объектам, может быть, бессознательно, но сохранилось.

Еще один способ анализа и типизации личности или просто вещи оказывается напрямую связан с «ценностями» общества потребления: он зависит от торговой марки, обнаруженной на объекте. Как и для Бодрийера, для главного персонажа брэнд является основным критерием членения окружающего мира.

* * *

В заключение хотелось бы отметить, что данный роман отличает не только благодатная почва для тех, кто жаждет типизировать личность по одежде, внешности, вещам или запаху. Эта типизация постепенно оказывается внутренней, онтологической основой

текста. Движение сюжета обусловлено здесь не столько феноменологией рассказчика или фактом его путешествия, сколько постоянными переходами от одного dress-, look-, thing-, brand-code к другому, что в целом коррелирует с практикой общества потребления, культивирующего психологию «имиджей».

Литература

КРАХТ, К., 2001. *Faserland*. Пер. с нем. Т. Баскаковой. Москва: AdMarginem.

БОДРИЙАР, Ж., 1999. *Система вещей*. Пер. с франц. С. Зенкина. Москва: Рудомино.

Roman L. Krasilnikov

Vologda State Pedagogical University

TYPOLOGY OF APPEARANCE AND "APPEARANCE OF TYPOLOGY" IN THE NOVEL "FASERLAND" BY CHRISTIAN KRACHT

Summary

Literary critics described the novel "Faserland" (1995) by Christian Kracht as a narration about the world of brand goods. The task of the article is to analyze the representation of relation to clothes and the body, which reflexes practices of modern daily occurrence as a whole. The narrator builds a semiotic system, consisting of four parts: clothes, things, outward appearance and smells. He regularly finds such qualitative features as trade mark,

colour or material of object and it allows typifying personality with different criterions. The narrator "envisages" meaningful information for himself and for modern culture under the codes: an occupation of a person, his/her participation in a subculture, his place of living, inclination to some trade mark, body practices, improving his/her appearance. The "cult of typology" gradually becomes interior, ontological foundation of the text. Now the basic reader's interest comprises invariable passages from one dress-, look-, thing-, and brand-code to the other.

KEY WORDS: semiotics, daily occurrence, text, code, clothes, body, smell, brand, typology.

Gauta 2005 12 12

Priimta publikuoti 2006 05 03