



HAL
open science

**Мода и тактильность Fashioning the Touch Essay written
with Louana Aladjem, MA student in Fashion Design at
HEAD - Genève University of Arts and Design Geneva**

Louana Aladjem, Elizabeth Fischer

► **To cite this version:**

Louana Aladjem, Elizabeth Fischer. Мода и тактильность Fashioning the Touch Essay written with Louana Aladjem, MA student in Fashion Design at HEAD - Genève University of Arts and Design Geneva. Russian Fashion Theory, the Journal of Dress, Body and Culture, 2021. <halshs-03632236>

HAL Id: halshs-03632236

<https://shs.hal.science/halshs-03632236>

Submitted on 16 May 2022

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

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 съемными 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, съемные 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 замкнутостью 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 Fleshly 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).

Louana Aladjem and **Elizabeth Fischer** contribute their paper *The haptics of fashion and inclusivity in Louana Aladjem's BA degree collection*³.

The aim of Louana Aladjem's fashion practice is to provide a sensory experience of dress in a world flooded by images of clothing. Wearing clothes is an embodied experience. Two issues lie at the core of Aladjem's degree collection: How can we share and communicate fashion with other means than visual media? How can fashion and fashion platforms reach out to different audiences with physical abilities considered outside the norm?

Online sales platforms and social media have given increasing importance to fashion as image. This dematerialisation of dress flattens all surfaces and materials, the screens impart a uniform sheen to fashion. The tactile experience of clothing is greatly reduced — as is our haptic memory of materials. Laura U. Marks has coined the notion of «haptic visibility»⁴ i.e. the fact that visual experience is intimately linked with the tactile or haptic experience resulting from the mix of personal learning and cultural background: our “sensory education” enables an image to evoke tactile sensations. Blind persons develop a specific “sensory education” through a heightened sense of touch, smell and hearing. Their distinctive way of experiencing and interacting with the surrounding world can help us reconsider our visually driven way of consuming and appreciating objects. In Aladjem's research process, blindness and sight impairment aren't considered a disability. Instead, they become a means of experiencing things differently, following E. Manning's theory, which celebrates the diversity of bodies highlighting what they are able to do rather than assuming that they are deficient, and the how they are subtly attuned to their surroundings⁵.

Before designing the BA degree fashion collection, interviews were conducted with several blind persons about their experience of shopping and wearing clothes. The videos of the Canadian Molly Burke, a 27-year old visually impaired woman who calls herself a “blind fashion lover” and discusses her relationship to fashion⁶ were analysed as well. The main difficulties encountered by the visually impaired in purchasing and wearing of clothes are:

- Labels cannot be read and aren't easily accessible, resulting in lack of information about the material, it's origin and care, as well as size;
- Impossibility of recognising patterns, colours and flat embellishments without an audio description;
- Fastenings are impractical, uncomfortable and difficult to use, wrongly placed on the items of clothing, awkward to reach and fasten without help;

- Shops are not geared to answer the needs of visually or physically impaired persons, the clothing racks aren't easily accessible;
- The lack of detailed description on e-commerce platforms leads to many disappointments on receiving the merchandise.

These findings provided the key points in designing a fashion collection encompassing the needs of a more diverse audience. The goal was to create a collection that would also appeal to consumers that were not visually impaired. This meant reconsidering not only the clothing in itself, but also the communication around the collection. Aladjem had to resolve both issues to create a *tangible* dialogue between sight and touch, achieving a form of “haptic visibility” that would speak to all audiences, to overlap sensations and senses and find the crossroads between the pleasure of seeing and the seductiveness of touching. It was also essential for Aladjem to stay true to her identity and design language in the fore, so as to establish a bridge between consumer needs and her stylistic choices and signature as a fashion designer. The collection is not supposed to visibly highlight the fact that it is made with a particular population — considered as disabled — in mind. On the contrary, it purposely integrates the needs of a more diverse population in a positive and aesthetic way.

In Focus column reflects upon the format of PhD by Practice and Practice as Research methodology and presents **Claire A. Baker's** paper *Babushka as Icon — Practice as Research and the Importance of the Sketchbook*.

As a textile practitioner and researcher, through a co-design methodology which draws on auto-ethnography, Claire investigates the embroidery practices of an obsolescent community — the Babushkas of Chernobyl. By contemporising their artefactual textile heritage their voices can be heard and their stitched legacy preserved. New audiences are encouraged to respond to and engage with the resulting artworks and new narratives.

This extended photo essay is a personal reflection on the links between theory, fieldwork and practice, how each informs the other and is of equal importance. Its focus is a body of work that has developed through the process of making and thinking through craft. Artworks reflect the depth of the artist's relationships with the Babushkas and how she reconnected with them emotionally through making, during the long period of separation enforced by a global pandemic.

A reflective approach is evidenced by extracts from a sketchbook, an illustrated rationale of Claire's thought process showing how her making links to both primary and secondary research. Reflective practice

Вклейка 2

Иллюстрации к статье Луаны Аладжем и Элизабет Фишер
«Тактильность моды и инклюзивность в выпускной бакалаврской коллекции Луаны Аладжем». С. 229–236

Ил. 1

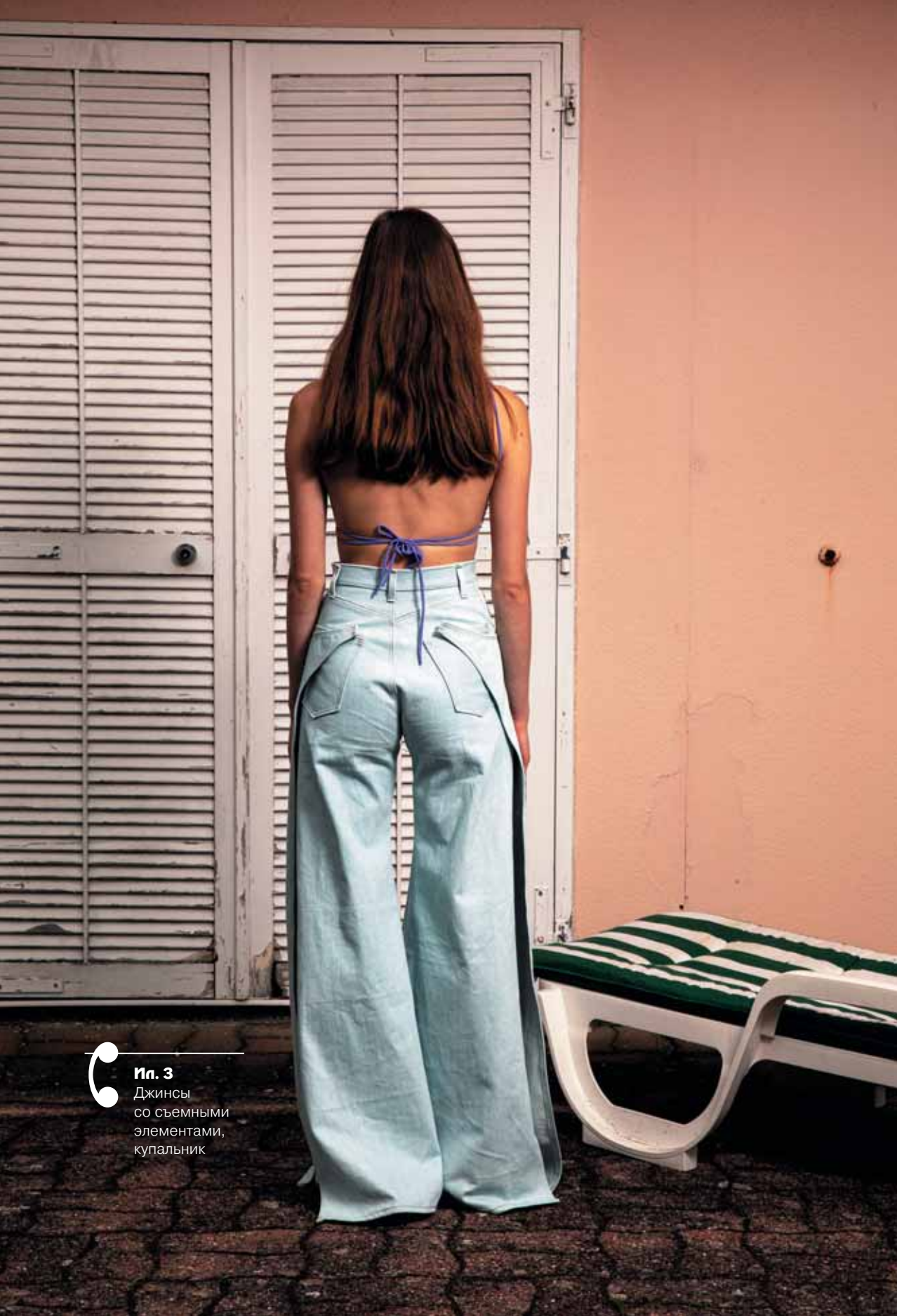
Хлопковая блуза
с рельефной
клетчатой текстурой,
джинсы со съёмными
элементами,
купальник





Пл. 2

Хлопковая блуза
с рельефной
клетчатой текстурой,
джинсы со съемными
элементами,
купальник



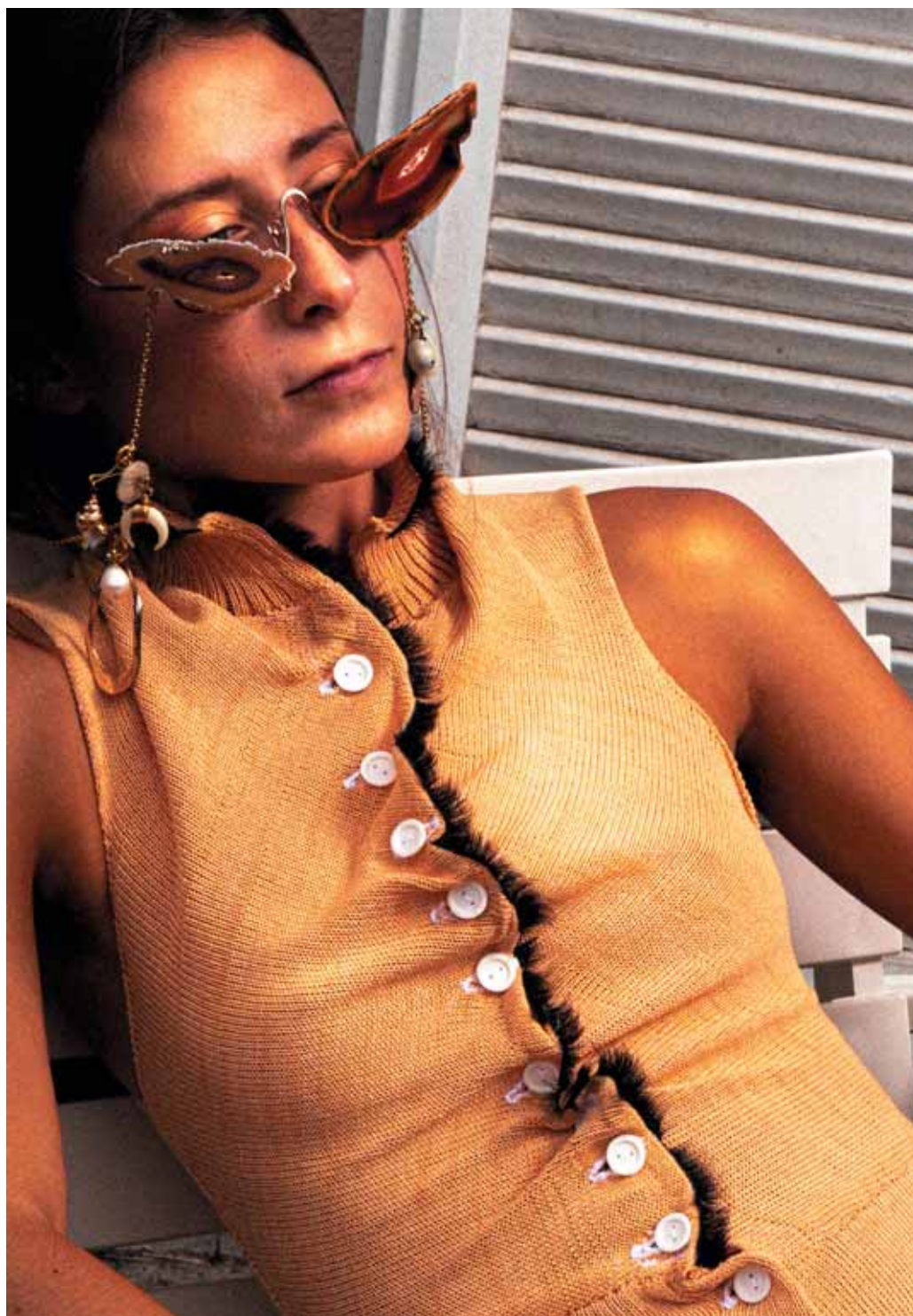
Ил. 3

Джинсы
со съемными
элементами,
купальник

Пл. 4

Длинное
хлопчатобумажное
платье с оборками,
тиснение бархатом,
магнитные застёжки





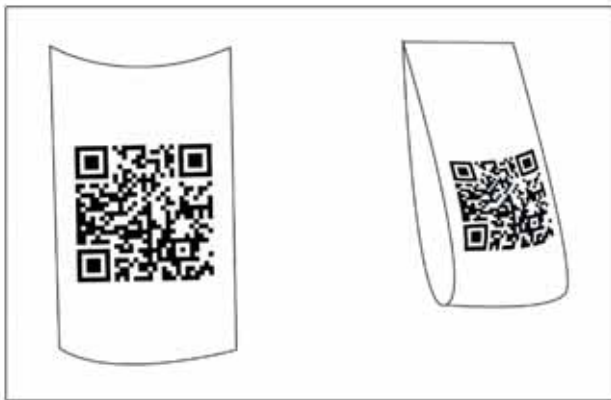
Ил. 5. Мини-комбинезон из джерси и декоративные очки с вставными пластинами из камня



Ил. 6. Мини-комбинезон из джерси

Ил. 7. Декоративные очки
с вставными пластинами из камня





*Étiquettes en QR code -
Tous les vêtements ont une étiquette qui donne une description au-
delà de la couleur, de la coupe, du lavage et du vêtement de manière
général.
Le QR code amène sur une plateforme où l'on peut écouter la piste
audio.*



QR code de la chemise orange



Échantillons de matières pour la mise de la collection

Ил. 8. Ярлыки:
аудиоописания одежды