

ЛАРС СВЕНДСЕН

ФИЛОСОФИЯ МОДЫ



Ларс Свендсен

Философия моды

Текст предоставлен правообладателем
http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=2684375
Философия моды/ Пер. с норв. А. Шипунова.: Прогресс-Традиция; Москва; 2007
ISBN 5-89826-069-2

Аннотация

Философия моды – книга о взаимоотношениях между модой, современностью и идентичностью человека. Мода – одновременно привычный и таинственно элитарный мир, в котором мы все живем, покупаем ли мы новую пару джинсов, читаем Vogue или смотрим последний эпизод сериала. Ларс Свендсен исследует мир моды, его мифы, идеи, историю, породившую от кутюр, обязательные тренды, а также само понятие моды.

Свендсен останавливается на трудах мыслителей от Адама Смита до Ролана Барта, чтобы проанализировать моду как исторический феномен и эстетическую философию. Он также прослеживает связи между понятиями моды и современности и определяет важность развития моды в таких областях, как искусство, политика и философия.

Критикуя безжалостно медиа-культуру, прославляющую совершенство тела, либо анализируя бесконечные споры о заслугах конформизма, а не индивидуального стиля, Ларс Свендсен предлагает притягательный и интригующий анализ моды и мотиваций погони за новым.

Содержание

Предисловие	4
Вступление – философия моды?	5
Принцип моды – новое	12
Появление и распространение моды	21
Конец ознакомительного фрагмента.	30

Ларс Свендсен

Философия моды

Предисловие

Со времен эпохи Возрождения мода стала одним из наиболее важных явлений западной цивилизации. Постепенно она подчинила себе многие сферы современной жизни и в значительной степени стала нашей «второй натурой». Итак, если изучить данный феномен у нас, появится возможность познать самих себя и те поступки, которые мы совершаем. Тем не менее философия обходит стороной понятие моды, вероятно, по той причине, что для этой «глубокой» науки последняя, несмотря на ее важность, как предмет изучения ценности не представляет. Однако, если философия – это наука о самопознании, а мода действительно была – и продолжает оставаться – столь значимой, как я это утверждаю, она должна стать объектом серьезного философского исследования.

Работа над книгой была длительной и весьма кропотливой, а результат сильно отличается от запланированного. Впоследствии от многих точек зрения пришлось отказаться, так как выяснилось, что они оказались ошибочными. Книга стала гораздо более критической, чем я представлял себе это вначале, да и сама тема требовала более критического подхода. Впервые мысль написать книгу о моде появилась у меня пять лет назад, когда я работал над «Философией скуки» и затронул вопрос о философии моды. В этой книге я лишь обозначил тему для дискуссии. Через год появилось мое исследование «Искусство», посвященное «эстетизации» нашей жизни. В этой связи феномен моды, безусловно, является весьма важным. Я хочу сказать, что обе эти книги – каждая по-своему – побудили меня к рассмотрению указанного феномена в отдельном исследовании. За прошедшие годы я прочел целый ряд лекций, посвященных моде, но написанию книги постоянно что-то препятствовало. И вот она наконец готова.

Выражаю благодарность Эллен-Марие Форсберг, Анне Гранберг, Хелге Йордхейм, Ингрид Санде-Ларсен, Томасу Севениусу Нильсену, Эрику Торсенсену, Ингрид Угельвик и Кнуту Олаву Омосу за комментарии к тексту. За все недочеты, неточности и неверные умозаключения несу ответственность, безусловно, только я один.

Ларс Фр. Х. Свендсен

Осло, 22 апреля 2004 г.

Вступление – философия моды?

Whatsoever sensibility exists, whatsoever represents Spirit to Spirit, is properly a Clothing, a suit of Raiment, put on for a season, and to be laid off. Thus in this one pregnant subject of CLOTHES, rightly understood is included all that men have thought, dreamed, done, and been: the whole external Universe and what it holds is but Clothing and the essence of all Science lies in the PHILOSOPHY OF CLOTHES
Thomas Carlyle: Sartor Resartus (1833-34)

«Whats with the glass?» she asks «Reef says its fashionable to look like an intellectual this season»
Bret Easton Ellis: Glamorama (1999)

По сути всем тем, что помогает чувственному восприятию и общению между Душами является Одежда, Костюм, который носят лишь сезон, а потом откладывают в сторону. Таким образом, при должном рассмотрении оказывается, что уже в Одежде содержатся все мысли, мечтания, деяния и состояния человека, то есть весь внешний Мир и все его содержание – это лишь Одежда, а суть всех Наук лежит в ФИЛОСОФИИ ОДЕЖДЫ.
Томас Карлейль: «Сартор Резартус» (1833-34).

– Ты в очках? – спросила она.

– Риф говорит, в этом сезоне модно выглядеть интеллектуалом.

Брет Истон Эллис: «Гламорама» (1999).

Во Франции уже в XV веке моде придавали столь важное значение, что Карлу VII пришлось учредить отдельное ведомство, занимающееся вопросами моды¹. И хотя сейчас такое вряд ли было бы целесообразно, это совсем не означает, что мода утратила свое значение. Начиная с XVIII века она становится все более демократичной в том смысле, что больше не является принадлежностью малой группы хорошо обеспеченных людей. Вряд ли какой-нибудь человек западного общества сегодня не ощущает на себе влияния моды. Полки газетных киосков забиты журналами мод, а в глянцевых ежемесячниках и газетах многие статьи посвящены направлениям моды. Телеканалы в выпусках новостей освещают крупные показы мод в Париже, Милане, Нью-Йорке и Лондоне. мода повсеместно считается столь важной, что становится предметом самого пристального внимания, но, быть может, наоборот, это внимание делает моду такой важной. Ею интересуются и мужчины, и женщины, а весьма распространенное раньше мнение, что мода – дело исключительно женское, давно забыто. Люди самого разного возраста подвержены влиянию модных течений. При этом, однако, не следует ограничиваться только сферой одежды, необходимо рассматривать этот феномен в том виде, как он влияет на все прочие области потребления, а кроме того, принимать во внимание тот факт, что логика моды проявляется в искусстве, политике и науке. Таким образом, мы имеем дело с одним из центральных феноменов современного мира.

В большинстве случаев мода оказывает влияние на отношение человека к самому себе и окружающим; и хотя многие станут отрицать этот факт, их потребительские предпочтения свидетельствуют об ином. Пытаясь осознать наше место в современной исторической ситуации, в центр следует ставить феномен моды. Рост значения последнего как исторического явления представляет собой главную черту современности, а именно отход от традиций и бесконечную потребность «нового». Как пишет Вальтер Беньямин, «мода – это вечное воз-

вращение нового»². Я иду дальше и утверждаю, что без понимания моды невозможно адекватное понимание современного мира. При этом не следует впадать в крайность и говорить, что мода – это «универсальный ключ», который позволит нам до конца во всем разобраться.

В то же время термин «мода» употребляется и для обозначения чего-либо не столь важного, как это может показаться. Во многих случаях, используя прилагательное «модный», как, например, в том случае, когда мы говорим «модный философ», мы хотим сказать, что данное явление носит поверхностный характер, то есть не имеет особой значимости³. У моды всегда были свои критики. В текстах XIV века содержатся описания высокопоставленных лиц в одеяниях, далеких от строгой функциональности. Вплоть до 80-х годов прошлого века «серьезные» научные статьи о моде в основном выражали моральное осуждение, может быть даже презрение, по отношению к своей теме, но за последние десятилетия ситуация изменилась. Данная книга в определенной степени содержит критику моды, однако ни в коей мере не осуждает указанное явление. Я задался целью создать более адекватное представление о моде и тем самым разрушить существующие стереотипы. Конечно, это не позволит нам полностью освободиться от влияния моды, но мы, по крайней мере, сможем достигнуть в ее отношении определенной независимости.

Я не пытался создать книгу об истории моды, однако в данном исследовании были отражены основные ее вехи⁴. Норвегию едва ли можно назвать центром моды, так что я не стал придавать значение национальной специфике⁵. Я не стал оценивать эстетическую ценность различных проявлений моды, ограничившись лишь их описанием. Для меня главным было понять, какое отношение мода имеет к созданию индивидуальности, хотя, безусловно, это явление возможно анализировать и с других точек зрения. Поскольку это философское исследование, необходимо в большей мере работать с понятием «мода», различными его проявлениями и способами использования, а не исследовать конкретные модные течения. То есть можно сказать, что объектом моего исследования является обсуждение моды.

Книга состоит из восьми глав, которые можно читать в произвольном порядке. Отдельные главы посвящены влиянию моды на язык, искусство, потребление, жизненные идеалы и отношение к человеческому телу. В основном я хочу сконцентрироваться на изучении моды в одежде, хотя есть целый ряд других областей, в которых проявляется данный феномен. Понятие «мода» относится не только к одежде, но также вполне может рассматриваться как механизм или идеология, которые действуют на практике во всех возможных сферах современного мира начиная с позднего Средневековья и до наших дней. В то же время этот механизм наиболее четко проявляется в области одежды, и именно поэтому я отдаю предпочтение в своей работе исследованию данной области.

«Мода» – всем известный и трудно формулируемый термин. Весьма сомнительно, что можно определить необходимые и достаточные признаки, по которым что-либо по праву можно обозначить этим термином. Слово «мода» происходит от латинского *modus*, одним из значений которого является «мера, эталон, норма, стандарт, способ, манера, образ действий, форма, вид, свойство, качество, природа»⁶. Однако для нас эта этимология не столь важна. Определяя понятие «мода», следует различать две главные категории. С одной стороны, моду можно рассматривать только применительно к одежде. С другой стороны, она выступает как основной механизм, логика или идеология, в том числе применимая и к сфере одежды.

Адам Смит был одним из первых философов, который указал в своей антропологии на центральное место моды. Он утверждал, что мода проявляет себя в первую очередь во всех сферах, где основным является чувство вкуса. В большей степени это применимо к одежде и мебели, но также и к музыке, поэзии и архитектуре⁷. Он утверждал, что мода, кроме того, влияет на мораль, хотя в данной области это влияние проявляется значительно меньше⁸.

Иммануил Кант, описывая моду, ключевыми считает коренные изменения в образе жизни людей: «Исходя из самого понятия, можно сказать, что любая мода – это меняющийся образ жизни»⁹. Однако существуют и такие изменения в жизни людей, которые едва ли можно обозначить понятием «мода», и Кант, безусловно, с этим бы согласился. Поэт-романтик Новалис пишет, что единственные «действительные улучшения» в нашей жизни существуют в области морали, а все остальные изменения «без исключения только моды, только перемены, незначительные усовершенствования»¹⁰. Философ и социолог Георг Зиммель в своей «Философии моды» (1904) проводит различие между модой и одеждой и понимает моду как важный социальный феномен, который проявляет себя во *всех* сферах жизни общества, в то время как одежда – всего лишь одна из этих сфер¹¹. Он утверждает, что речь, манеры и многое другое также подвержены влиянию моды, однако в центре его исследования все же стояла одежда. Философ Жиль Липовецки¹ во многом согласен с Зиммелем: «Мода – это определенная форма социальных изменений, которая не зависит от определенного объекта. Она в первую очередь представляет собой социальный механизм, который характеризуется своеобразной краткосрочностью и большей или меньшей степенью изменчивости и влияет на весьма разнообразные сферы жизни групп лиц»¹². В данном случае Липовецки широко трактует понятие моды, ставя на центральное место элемент общего социального механизма, а не одежды как таковой. Мода в сфере одежды должна определяться как одно из проявлений данного феномена. Сложно даже представить себе хотя бы один социальный феномен, который не зависит от изменений в моде, будь то человеческое тело, логотип, политика или искусство.

В то же время другие однозначно связывают понятие моды с одеждой. Так, искусствовед Энн Холландер² определяет термин «мода» как целый спектр привлекающих внимание стилей одежды, актуальных в определенный момент времени. Сюда же она включает «haute couture (высокую моду), все формы анти-моды и не-моды, одежду и принадлежности людей, которые утверждают, что не интересуются модой»¹³. Элизабет Уилсон, которая занимается историей искусств, придерживается практически такого же мнения: «Мода – это одежда, характерной чертой которой является быстрое и постоянное изменение стилей. Мода в определенном смысле представляет собой изменение, а в современном обществе без моды не существует никакая одежда»¹⁴. Но что именно для них «мода» – сама одежда или ее качество? Уилсон дает двусмысленное определение, так как однозначно связывает моду с одеждой и с определенным свойством, а именно изменчивостью. Однако в данном случае ясно, что «изменчивость» не является необходимой чертой моды. Все меняется, но это совсем не значит, что во всем проявляется мода. Имеется ли тогда какое-нибудь другое свойство у этого феномена? Вероятно, можно согласиться с критиком и теоретиком рисунка Роланом Бартом³, что одежда служит для моды материальным основанием, в то время как сама мода является *системой значений* в сфере культуры¹⁵. Может ли любая одежда стать основанием для подобной системы ценностей? Вопрос достаточно спорный. Вполне допустимо тесно связывать понятия моды и одежды, однако в то же время ясно, что отнюдь не вся одежда подпадает под понятие «мода», и, таким образом, этот термин подразумевает более узкий круг предметов, чем термин «одежда». Во второй главе мы увидим, что мода не является универсальным явлением, а одежда появилась задолго до моды. Кроме того, существует масса феноменов помимо одежды, которые также могут быть описаны термином «мода», а следо-

¹ Жиль Липовецки – французский социолог. – *Здесь и далее прим. перев.*

² Энн Холландер – известный историк моды.

³ Ролан Барт (1915–1980) – культуролог, один из самых влиятельных теоретиков структурализма и постструктурализма.

вательно, указанное понятие распространяется не только на «одежду». В таком случае возникает искушение попытаться определить термин как определенное свойство (или определенный набор свойств), которое может проявиться в одежде, дизайне интерьера, политике, науке и т. д. Но тогда мы сталкиваемся с проблемой: каким образом точно определить это свойство? Прочитав достаточно много научных статей о моде, я по-прежнему не обнаружил ни одной убедительной попытки выявить это свойство. Конечно, мы можем попробовать сформулировать предварительное определение: что-либо является модой, если, и только если, оно выступает в роли фактора социального разделения и представляет собой часть системы, которая незамедлительно сменяется чем-то новым. Однако мне не кажется, что подобное определение добавит что-нибудь существенное нашему пониманию до тех пор, пока мы не определим с большей точностью, что же общего у фактора социального разделения и у «нового» аспекта моды. Кроме того, весьма спорно, что данное определение содержит необходимые и достаточные признаки. Вполне допустимо, что объект, не выступающий в роли фактора социального разделения и не характеризующийся свойством новизны (к примеру, старая кожаная куртка, которую давно носили и которая вдруг стала актуальной), без сомнения может быть назван модным. Существуют также объекты, отвечающие признакам новизны и свойствам фактора социального разделения (например, только что врученный почетный орден), которые не могут считаться объектами моды. Мода фактически вообще не нуждается во введении нового объекта, но вполне может проявляться не только в том, что человек носит на себе, как это бывает, когда, к примеру, становится непопулярно носить шляпу. Кроме того, мода влияет на такое большое количество различных сфер, что представляется сомнительной возможность сформулировать определение, в котором будет отражено, каким образом мода проявляет себя во всех этих сферах. Судя по всему, более целесообразно рассматривать это понятие, исходя из того, что Людвиг Витгенштейн называет «фамильным сходством». Витгенштейн описывает данное положение понятием «игра»: не существует какого-либо особого свойства, которое является общим для того, что называется игрой, однако все игры связаны посредством комплексной системы сходств¹⁶. Используя подход Витгенштейна, можно более точно сформулировать понятие моды на основе примеров. Так, мы можем привести образцы того, что мы называем модой, и того, что модой не называется, однако мы не можем и не должны давать определение, содержащее необходимые и достаточные признаки изучаемого явления. Итак, в данной книге вы найдете большое количество примеров, на основе которых мы увидим, как много общих признаков можно обнаружить, анализируя эти примеры.

Безусловно, своя мода есть у студентов и у интеллигенции. В данном случае речь идет об актуальных и неактуальных темах: какие мнения являются «sexu» (модными), а какие – нет. Было бы наивно полагать, что здесь главенствуют только рациональные размышления. В данной области вкус играет ничуть не меньшую роль. На самом деле в этом отношении разница между одеждой и философией не столь велика, хотя философы более медлительны, чем представители мира моды. Вряд ли можно ожидать, что все мыслители каждый сезон будут представлять совершенно новые коллекции мнений. Философы неохотно соглашались с тем, что их наука подвержена влиянию моды. Им очень приятно считать, что темы и воззрения, которые они исследуют, определяет исключительно их рациональный выбор. Многих моих коллег сильно задела идея, содержащаяся в моей предыдущей книге: «В истории философии существует весьма мало настоящих опровержений. Когда происходит революция в философии (например, совершенная Декартом или Кантом), она происходит не потому, что предшественники неоспоримо опровергнуты, а по той лишь причине, что многие философы устают от традиционной философии и чувствуют, что она зашла в тупик, т. е. требуется что-то новое»¹⁷. Говорить, что философия изменяется не исключительно в силу рациональных оснований, а весьма часто просто с целью измениться, – значит утверждать,

что и философия, пусть и в меньшей степени, подчиняется моде. Однако данное умозаключение задевает честолюбие современной философии, претендующей на установление абсолютно рационального самоопределения.

Философ Ханс-Георг Гадамер утверждает, что мода главенствует именно над теми вещами, которые вполне могли быть абсолютно иными¹⁸. Таким образом, мода должна рассматриваться как нечто полностью произвольное, без каких-либо глубоких причин, то есть ни на что не опирающаяся внешняя сторона. Но мода не ограничивает свое господство лишь «несущественными» вещами, такими, как одежда, – она также распространяет свою власть на искусство и науку. В другом месте Гадамер пишет: «Также и в сфере науки мы встречаем что-то наподобие “моды”. Нам известно, какое отрицательное воздействие имеет мода. Это слово в отношении науки употребляется исключительно в негативном смысле. Естественно, наше честолюбие заставляет нас стоять выше моды»¹⁹. Это мнение разделяет и Зиммель. Он утверждает, что по причине своей большой важности наука и религия не должны подчиняться «абсолютной непрактичности, определяющей развитие моды»²⁰. В этой связи возникает вопрос, сможем ли мы в действительности жить в соответствии с этим честолюбием и стоять выше тех требований, которые к нам предъявляет мода? Центральным моментом в герменевтике Гадамера является положение о том, что любая попытка познать что-либо, любое научное или ненаучное исследование всегда будут связаны с исторически обусловленной герменевтической ситуацией. В какой степени наша герменевтическая ситуация характеризуется логикой моды? Почему необходимо пытаться встать выше моды, как это утверждает Гадамер? Но будет ли тот, кто следует моде, соответствовать своему времени, и важно ли это соответствие? Возможно, именно на это намекает Гегель, когда говорит, что весьма глупо противиться моде²¹.

Во всяком случае, можно сказать, что мода не является популярной темой для философии. Даже в обстоятельных философских исследованиях на тему происхождения современной самости, как, например, «Происхождение личности» («Sources of the Self») Чарльза Тейлора, мода не принимается во внимание²². Традиционно мода не рассматривалась полноценным объектом исследования, а сама сфера не получала такого же признания, как, например, скульптура и архитектура. В последнее время произошли некоторые изменения, и появился целый ряд научных публикаций на тему моды. За некоторым исключением почти все они были написаны не философами. Если мы взглянем на историю философии, станет ясно, что работ, посвященных исследуемому нами феномену, весьма мало. Даже Ницше почти полностью обошел эту тему стороной. Среди философов, действительно уделивших моде внимание, можно указать Адама Смита, Иммануила Канта, Георга Вильгельма Фридриха Гегеля, Вальтера Бенямина и Теодора Адорно. Кроме того, те или иные положения мы находим и у других мыслителей, однако все же в философской традиции, на удивление, мало материала для нашего исследования. Как мне известно, всего два философа написали книги о моде: Георг Зиммель и Жиль Липовецки (но социологи, скорее всего, станут утверждать, что Зиммель – «их человек»). В некоторой степени спорной является обоснованность исследования моды с философской точки зрения. Философы, начиная с Платона, стали проводить различие между самой объективной реальностью и ее проявлениями, между внутренним и внешним. На протяжении всего этого времени мода представляла собой явление поверхностное. Кроме того, можно заметить определенный скепсис в отношении одежды уже у Платона, который связывает последнюю с понятием красоты, но красоты обманчивой²³. То, что философия относилась к моде пренебрежительно, объясняется тем, что из-за своей поверхностности данный феномен не заслуживает серьезного изучения. Обычно и сами философы не особенно хорошо разбирались в моде. Исключение в данном случае вновь составляет Кант, который в Кёнигсберге получил прозвище «магистр элегантности» за

свои серебряные пряжки на ботинках и отличные шелковые сорочки. Кант говорил: «Лучше быть помешанным на моде, чем просто помешанным»²⁴.

Писать о философии моды – все равно что ставить перед собой задачу, которую основательно высмеяли в художественной литературе, в особенности в романе Томаса Карлейля⁴ «Сартор Резартус»⁵ (1833–1834). Когда автор начал работать над книгой, он записал в дневнике: «Я должен писать – глупости. Писать об одежде. Да поможет мне Бог!»²⁵ Эта книга – издевка над модой, но ни в коей мере не ее философия. Главного героя зовут Diogenes Teufelsdröckh – по-норвежски «чертово говно». Он решается исследовать «моральное, политическое и даже религиозное влияние одежды»²⁶. Герой кладет в основу всего человеческого существования одежду и утверждает, что это существование наиболее глубоко можно понять через этот термин: «В этом единственном важном значении *одеждой* ограничивается все, о чем думают, мечтают, что делают и каким образом существуют люди. Весь этот внешний мир и его части не что иное, как одежда, а вся суть наук заключается в философии одежды»²⁷. Безусловно, одежда не может играть подобную роль. Оказывается, что в действительности не сама одежда интересует Teufelsdröckh, но, скорее, ее *значение*. Он утверждает, что ее появление не было обусловлено ни потребностью в защите от погодных условий, ни благопристойностью, а, скорее всего, функцией украшения²⁸. Для того чтобы *прочитать* мир, Teufelsdröckh и использует одежду. Для философского исследования моды самое важное – это значение последней. Необходимо также подчеркнуть, что лишь отчасти можно согласиться с широко распространенным мнением, что «Сартор Резартус» – это отказ от моды. Карлейль ставит перед собой цель не дезавуировать моду как таковую, а защитить человеческую аутентичность, напомнить, что внутреннее должно соответствовать внешнему, то есть внешний вид должен отражать истинную духовность. Карлейль рассматривал «Сартор Резартус» в значительной степени как шутку, и книга, безусловно смешная, в то же время представляет собой наиболее полное исследование моды, которое когда-либо было предпринято. Карлейль полагает, что одежда имеет определяющее значение для конституции человеческого «я».

В «Философии моды» Зиммель указывает на связь между модой и индивидуальностью. Именно эту связь я и пытаюсь исследовать в данной книге. Одежда – это важная часть социальной структуры личности. Индивидуальность сегодня не связана с традициями, а в большей степени определяется нашими потребительскими предпочтениями. Мода влияет не только на классовую дифференциацию, как то утверждается в классических исследованиях по социологии от Веблена до Бурдьё, но в такой же степени формирует собственную индивидуальность. Одежда – это часть личности, не что-то поверхностное в сравнении с индивидуальностью. Философ и писатель Элен Сиксу, к примеру, утверждает, что одежда в первую очередь является не защитой для тела, а, скорее, его продолжением²⁹. Мы все, так или иначе, демонстрируем свою сущность через наш внешний вид, и эта демонстрация по необходимости соответствует моде. А постоянные быстро сменяющиеся циклы в моде указывают на более сложное представление о личности, поскольку личность становится более непостоянной.

Что значит жить в мире, в котором мода является принципом? Нас постоянно стимулирует нескончаемый поток «новых» явлений и продуктов, но мы так же быстро ими пресыщаемся. В романе Джей Макинерни «Модельное поведение» («Model Behavior») говорится, что мы находимся «в сфере моды, где банальный энтузиазм находится в гармонии с посто-

⁴ Томас Карлейль (1795–1881) – английский писатель, философ.

⁵ «Сартор Резартус» – дословный перевод «Перелицованный портной»

янным чувством неудовлетворенности»³⁰. Мы освобождаемся от ряда традиционных обязанностей, но становимся рабами новых институтов. Мы постоянно стараемся все лучше выразить свою индивидуальность, но делаем это достаточно парадоксальным образом, в результате выражая абстрактную обезличенность.

Безусловно, на планете найдется масса людей, безразличных к моде, но в нашей части мира в данный исторический момент практически невозможно стоять вне поля воздействия данного феномена. Беднейшие люди, живущие рядом с нами, тоже испытывают на себе влияние моды посредством осознания того, что не могут по-настоящему соответствовать ее веяниям. Быть вне игры и выйти из нее осознанно – значит оставаться в поле ее действия. Все, кто читает эту книгу, – граждане мира моды.

Принцип моды – новое

Make it new!
Ezra Pound (1934)

*A new idea.
A new look.
A new sex.
A new pair of underwear.*
Andy Warhol: From A to B and back again (1975)

Обновите это!
Эзра Паунд (1934)

*Новая идея.
Новый облик.
Новый секс.
Новая пара нижнего белья.*
Энди Уорхол: «От А к Б и обратно» (1975)

Мода не универсальна. Она не является феноменом, распространенным повсеместно и во все времена. Она не обусловлена ни природой человека, ни основными механизмами, действующими в группах. Она возникла в определенной среде, после чего постепенно преобразовала многие общества и социальные сферы в соответствии со своей логикой.

Распространенным является утверждение, что мода в одежде появилась во времена позднего Средневековья, возможно, в начале эпохи Возрождения, в связи с развитием капитализма. Данный аргумент основывается на том, что в античные времена греки и римляне не могли говорить о моде в сегодняшнем смысле, поскольку в то время отсутствовала индивидуальная, эстетическая автономия в выборе одежды, хотя и была некоторая возможность для вариаций. Со времен Римской империи и до XIV века одежда европейцев не особенно сильно изменилась. Конечно, и в этот период имели место определенные вариации в отношении материала и отдельных деталей, но форма одежды в основном оставалась неизменной. Бедные и богатые носили одежду практически одинакового фасона, однако богатые использовали более дорогие ткани с узором. Желание украсить себя не есть что-то новое в истории человечества, но то, как человек украшал себя в досовременный период, не было модой. К примеру, викингов, без сомнения, занимал их внешний вид. У них было принято носить гребень на поясе, который был украшен символами, соответствующими определенному положению в обществе, но никакой моды у викингов не существовало. Досовременное общество было консервативным. Люди в таком обществе могли носить простые или замысловатые украшения и при этом очень интересоваться эстетическими феноменами, однако общим свойством причесок, одежды, украшений и т. д. оставалась их неизменность в течение целых поколений. Древние римляне были тщеславны: как мужчины, так и женщины пользовались косметикой и парфюмерией, красили и завивали волосы или носили парики. И эти традиции тоже долго оставались неизменными. Иногда определенный обычай одной страны становился популярным в другой, что приводило к резкому изменению стиля, как это произошло, когда греки стали брить бороды, подражая Александру Великому. Однако подобная смена традиций не может быть названа модой, поскольку после этого греки продолжали бриться. В данном случае одну традиционную эстетическую норму сменила другая, а последующие перемены не были желанными и вообще оценены. Чтобы говорить о моде,

недостаточно редких изменений. Мода появляется, когда данные изменения происходят ради самих изменений и довольно часто.

Как уже было указано, появление моды принято связывать с развитием капитализма, начавшимся во времена позднего Средневековья. Европа переживала тогда стремительное экономическое развитие, в результате чего возникла основа для относительно быстрых перемен в области культуры. Именно тогда люди впервые обнаружили, что модификация одежды подчиняется определенной логике. Эти изменения теперь не были редкими и случайными, они происходили постоянно и ради самих изменений. Основные формы одежды быстро видоизменялись, в то время как менее важные ее элементы трансформировались еще быстрее. Во времена позднего Средневековья одежда стала напоминать современную в ее индивидуальной приспособленности, а фасоны модифицировались без каких-либо причин, исходя только из самих изменений. В середине XIV века наблюдается развитие творческого подхода к моделированию одежды, использованию цветов и материалов. Варьировались ширина плеч и объем бюста, длина одежды, форма головных уборов и обуви и т. д. Подобные изменения становились все более кардинальными, пока не достигли своего апогея в XVI веке, когда отклонение одежды от контуров тела проявилось в наибольшей степени. Одежду изменяли в первую очередь ради удовольствия. Естественно, что подобные выдуманные трансформации стиля веками были доступны лишь богатому меньшинству, однако постепенно указанные тенденции влияли на все большую часть общества, по мере того как увеличивалась численность буржуазии, которая тоже хотела быть «модной».

Даже если можно утверждать, что мода появилась около 1350 года, более правильным было бы считать, что мода в ее современном значении – с быстрыми сменами и постоянным стремлением противопоставить себя обыденности и соответствовать своему времени – не обладала реальной силой до XVIII века. К этому времени городская буржуазия укрепляет свои позиции и пытается завоевать власть, принадлежащую феодальной аристократии. Одежда используется тогда в качестве знака принадлежности к определенному социальному статусу. В 70-х гг. XVIII века появляются первые журналы мод: английский «*Lady's Magazine*» («Журнал для женщин» – *англ. – Прим. пер.*) (1770) и немецкий «*Journal des Luxus und der Moden*» («Журнал роскоши и моды» – *нем. – Прим. пер.*) (1786). (При этом модные журналы для мужчин не публиковались вплоть до 20-х годов XX века³¹.) Такие издания, бесспорно, способствовали более быстрому распространению новых тенденций в моде, донося информацию о том, что сейчас «in», а что «out», быстрее и до более широкого круга лиц, чем раньше.

Развитие моды является одним из основных процессов мировой истории, так как оно объясняет тенденции современности. Мода включает в себе основную черту всего современного: отход от традиций. Ницше подчеркивает, что мода – это характерный элемент современного, потому что она является индикатором освобождения от влияния авторитетов³². Но в моде определяющим также является и иной элемент, который современность не хотела бы признавать. Мода иррациональна. Она представляет собой изменения ради самих изменений, в то время как современный взгляд сводится к тому, что изменения ведут к все более рациональному самоопределению.

Модернизация основана на двух противоположных тенденциях, где освобождение всегда предполагает использование насилия, а выбор одной формы самореализации влечет за собой отказ от другой. Ролан Барт пишет: «Любая новая мода – это отказ от наследия, высвобождение из-под власти предшествующей моды»³³. Таким образом, новая мода является освобождением от старой. Проблема заключается в том, что в данном случае происходит замена одной доминирующей силы другой, и человек точно так же, как и раньше, подчиняется тирании новой моды. Современность освобождает нас от традиций, но делает рабами

нового императива, как это точно сформулировал Артю́р Рембо⁶ в конце своей книги «Четверть года в аду»: «Мы должны быть полностью современными»³⁴.

Представление о «новом» появилось сравнительно недавно. Так, к примеру, средневековый человек подобными категориями не мыслил. В данном случае необходимо сделать уточнение. Естественно, люди всегда понимали, что определенные предметы новее других, и мы можем обнаружить примеры употребления латинского выражения «modernus» (которое значит «новый» или «новее» и от которого происходит понятие «современность») уже в VI веке, когда оно употреблялось для обозначения разницы между эпохой язычества и новым христианским периодом. Однако различие между «новым» и «старым» получило широкое применение гораздо позже. Появление нового восприятия времени и истории характеризуется тем, что люди начинают замечать наличие анахронизмов. Так, в средневековой живописи можно заметить, что библейские персонажи изображаются в одежде Средних веков. Святое семейство облачают в одежды, вполне подходящие членам семьи итальянского купца. Маловероятно, что тогда существовало какое-либо ясное понимание того, что эти персонажи на самом деле носили «старую» одежду, в то время как их изображали в «новой». Представление о «новом» впервые получило широкое распространение в конце XVIII века, в эпоху Просвещения. Философ Джанни Ваттимо⁷ указывает на то, что современность представляет собой эпоху, в которой быть современным – это ценность сама по себе, или точнее говоря, в которой быть современным – это то основное достоинство, с которым соотносятся все остальные ценности³⁵. В данном случае быть «современным» означает быть «новым». Для современного человека характерен неофилический менталитет.

Практически все теоретики моды выделяют понятие «новое» (в смысле постоянной замены «новыми» объектами объектов, которые «новыми» были, но уже «устарели»), которое является существенной чертой моды. Насколько мне известно, лишь один исследователь, а именно архитектор Адольф Лоос⁸, утверждал прямо противоположное. Парадоксально, но Лоос считал явление современным, только если оно носило продолжительный характер. Он писал, что только те объекты, которые остаются модными на протяжении длительного времени, заслуживают обозначения «мода»³⁶. Если что-либо выходит из моды после одного сезона, то, согласно Лоосу, это всего лишь кажется современным, на самом деле таковым не являясь. Он также полагал, что предметы без украшений дольше будут сохранять свою эстетическую ценность, чем предметы, богато украшенные, и следовательно, мужская мода должна будет заменить женскую³⁷. Лоос включает моду в прогрессивное мышление, в котором она получает все более чистое выражение и достигает своей цели, когда отказывается от украшений и изменений. Он также утверждает, что самым модным является человек, который меньше всех отличается от остальных³⁸. Однако понятие моды у Лооса настолько идиосинкразическое, что я не хотел бы принимать его во внимание.

Наверное, Кант первым из теоретиков моды утверждает, что «новое» является существенным признаком моды: «Таким образом, новизна делает моду привлекательной»³⁹. До него исследователи связывали понятие моды с красотой. Кант считает, что мода совсем не зависит от понятия красоты, а, наоборот, может «выражаться в невероятном и даже отчасти отталкивающим», то есть речь идет в большей степени о «превосходстве над другим», чем о достижении «хорошего вкуса»⁴⁰.

⁶ Артю́р Рембо (1855–1891) – французский поэт.

⁷ Джанни Ваттимо – профессор философии Туринского университета.

⁸ Адольф Лоос (1870–1933) – известный австрийский архитектор.

В данном случае Кант также более «современен», чем Шарль Бодлер, который связывает понятие моды с попытками достижения красоты. Бодлер описывает каждую отдельную моду как проявление «непрекращающихся усилий – более или менее успешных – добиться красоты, одной из многих попыток достичь идеала, который всегда остается предметом неудовлетворенной страсти человека»⁴¹. Можно сказать, что Бодлер, несмотря на все свое очарование модой, останавливается на полпути в ее анализе. Он хотел «сделать ударение на поэтическом и историческом компонентах моды, развивать постоянное в мимолетном»⁴². Для Бодлера красота связана с поиском синтеза вечного и временного:

*Красивое состоит из постоянного и неизменяемого элемента, ценность которого крайне сложно определить, а также относительного элемента, определяемого обстоятельствами и попеременно или в одно и то же время представляющего собой эпоху, моду, мораль, страсть. Без этого второго элемента, словно убажасающей, вызывающей приятные ощущения, будящей аппетит упаковки божественного пирожного, первый будет плохо усваиваемым, бессмысленным и несвойственным, человеческому естеству. Я бьюсь об заклад, что вы не найдете ни одного проявления красоты, которое бы не содержало этих элементов*⁴³.

С последним утверждением не согласен Стефан Малларме⁹. Он подходит более радикально к мнению Бодлера и не ищет синтеза вечного и временного. Малларме с сентября по декабрь 1874 года был редактором журнала мод «La Dernière Mode», для которого он под разными псевдонимами писал абсолютно весь редакционный материал, в том числе статьи, содержащие конкретные советы о том, каким образом носить платья и шляпы и пр.⁴⁴ Красота в моде заключается не в тяге к чему-то вечному и совсем не в какой-либо функциональности, а лишь в ее чистой временности. В современной эстетике красота сопоставляется с временным, проходящим, которое абсолютно современно.

Постепенно красота также перестала быть центральной эстетической нормой, а требование новизны стало наиболее решающим, т. е. логика моды превзошла все остальные эстетические установления. Подобное особенно ярко проявляется в живописи и подобных ему искусствах. Поэт Поль Валери¹⁰ критиковал подобные изменения: «Исключительный вкус к новизне показывает разрушение способности к критике, поскольку нет ничего легче, чем оценить новизну произведения»⁴⁵. Ролан Барт более рассудителен: «Наше понимание мира больше не зависит от [...] противоречия между возвышенным и низким, но от противопоставления Старого и Нового»⁴⁶.

Требование оригинальности стало мантрой культурного авангарда⁴⁷. В то же время очевидно, что любое предположительное достижение оригинальности включено в бесконечно больший контекст повторений. Когда художник или модельер создает что-нибудь новое, мы, в зависимости от того, насколько хорошо мы готовили наши домашние работы по истории искусства и моды, обнаружим, что «всегда имеется копия, являющаяся предпосылкой для оригинала», как это утверждает теоретик искусства Розалинда Краус¹⁰⁴⁸. Однако можно утверждать, что в основе преклонения авангарда перед новизной лежала цель создания абсолютно нового, которое уже нельзя будет заменить чем-либо ещё более новым, и что, таким образом, в данном случае нет полного совпадения с логикой моды. К примеру,

⁹ Стефан Малларме (1842–1898) – французский поэт, один из ведущих представителей символизма.

¹⁰ Розалинда Краус – крупнейший американский систематик современного искусства.

подобные замыслы были у Марка Ротко¹¹, который в начале 50-х годов XX века заявил, что он и другие представители абстрактного экспрессионизма установили новый стандарт для искусства, который будет актуален на протяжении следующей тысячи лет⁴⁹. В действительности же этот стандарт применялся лишь в течение десятилетия, и хотя это были необычные десять лет, на больший срок его все равно не хватило. Мода, судя по всему, никогда не основывалась на подобной иллюзии и почти всегда исходила из того, что все новое через короткое время будет заменено еще более новым.

Как мода, так и современное искусство – возможно, потому что искусство подчинено логике моды, – подпадает под «инновационное давление»⁵⁰. До появления модернизма художники должны были соблюдать определенные традиции, в то время как художники-модернисты обязаны были эти традиции нарушать, постоянно создавая что-нибудь новое. Постоянный отход от достигнутого не продиктован свободным выбором, а, скорее, является строгим правилом для современного искусства. Философ Борис Гройс¹² пишет: «Стремление к новизне показывает реальность нашей культуры, именно потому что оно лишено всех идеологических мотиваций и оправданий, а различие между верным, аутентичным нововведением и не являющимся таковым во внимание не принимается»⁵¹. То есть достаточно того, чтобы нечто было новым. Новое является самодостаточным, и нет необходимости, чтобы в нем содержалось что-нибудь прогрессивное.

Предмет моды в принципе не должен обладать какими-либо определенными свойствами, за исключением новизны⁵². Принцип моды заключается в том, чтобы увеличивать скорость и делать предмет как можно быстрее немодным, чтобы опять создать новый. В данном случае показательна линия одежды «Gap», которая меняет всю серию продукции каждые восемь недель⁵³! Мода иррациональна в том смысле, что она нуждается в изменениях ради самих изменений, а не для «улучшения» объекта, к примеру, для его большей функциональности. Для моды важны поверхностные изменения, которые в действительности нужны только для того, чтобы сделать предмет *немодным из-за каких-то незначительных*, признаков, например числа пуговиц на пиджаке или длины юбки. Почему юбки становятся короче? Потому что они были длиннее. Почему их снова удлиняют? Потому что до этого их укоротили. То же самое и с другими предметами моды. Мода не идет дальше требования изменений ради них самих.

Чем обусловлены изменения в моде? Всегда существует соблазн попытаться найти соответствие между развитием моды в одежде и развитием общества, и безусловно, нам удастся найти здесь точки соприкосновения, потому что мода – важная составляющая этого общества, но все же в первую очередь она создается на фундаменте предыдущих мод, а не в виде комментария к жизнедеятельности общества или чего-нибудь подобного. Если в одном сезоне юбки длиннее, это совсем не означает, что общество стало более пуританским; это происходит потому, что до этого они были короче. Итак, мода развивается в большей степени по внутренним установлениям, а не исходя из взаимодействия с политическими изменениями в обществе⁵⁴. Она также не является стремлением достичь вечного идеала. В своих ранних работах социолог Жан Бодрийяр¹³ имел склонность определять установленный идеал красоты, к которому стремится мода, утверждая, что «действительно красивая и в высшей степени красивая одежда положит конец моде как таковой»⁵⁵. В таком случае появится мода, которая станет последней. Однако впоследствии Бодрийяр поставил моду на первое место,

¹¹ Марк Ротко (1903–1970) – американский художник, известный своими абстрактными картинами и декоративными росписями.

¹² Борис Гройс (р. 1947) – один из теоретиков искусства современности.

¹³ Жан Бодрийяр (р. 1929–2007) – французский культуролог и философ-постмодернист.

подчинив ей все идеалы красоты. Мода не имеет телоса, некой конечной цели, в том смысле, что она не стремится достичь совершенства, высшего воплощения, которое делает ненужными все предшествующие достижения. Наиболее вероятно, что цель моды – быть потенциально бесконечной, т. е. постоянно создавать все новые формы.

С другой стороны, возникает резонный вопрос: насколько хватит этого потенциала новизны? Судя по многочисленным показам мод, очевидно, что на развитие новых идей уходит совсем немного времени. В таком случае более естественно создавать вариации на основе предшествующих направлений моды. Не вызывает сомнения существование в течение длительного времени определенных основополагающих тенденций в моде, например, упрощение фасонов и все большее обнажение, имевшие место в последние столетия, однако на протяжении этого периода существовало большое количество вариаций. После прямых линий и крайнего аскетизма, присущих модернизму 20-30-х гг., появился стиль «нью лук», или «новый облик», созданный домом моды «Кристиан Диор» с изобилием материалов и возвращением к более «буржуазной» моде, отражающей традиционные представления о половой принадлежности. Стиль явил собой радикальное обновление, но в определенном смысле был ретромоной. Диор в большой степени способствовал ускорению темпов модификации моды, каждый сезон поражая новыми, неожиданными решениями, в то время как мода развивалась значительно медленнее, чем сейчас.

Время и пространство все более сжимаются. Объективные показатели, конечно же, не меняются, но жизненное время и жизненное пространство «сокращаются». Это проявляется и во временных характеристиках моды. Раньше мода имела склонность к более линейному развитию, которое затем в значительной степени становится циклическим. Следует уточнить, что мода всегда имела элемент цикличности, и уже в XV веке начали копировать стиль XIV века⁵⁶. Однако раньше циклы развития моды были более длительными, и создавалось впечатление поступательного развития моды, в то время как в данный момент это развитие представляется целиком и полностью спиралевидным. Наблюдаемая в последнее десятилетие свобода, царящая в моде, используется в большей степени не для создания новых форм, а для импровизаций со старыми⁵⁷. На сегодняшний день едва ли правомерно утверждать, что определенная мода более современна с исторической точки зрения, чем другие. Все моды исторически сопоставимы.

Мода существует на стыке забвения и памяти, постоянно воскрешая свое прошлое для его рециркуляции и одновременно забывая, что прошлое в действительности уже было, так как мода по своей сути должна всегда быть актуальной. И чем быстрее она развивается, тем скорее мы ее забываем. Милан Кундера по этому поводу пишет: «Степень неспешности прямо пропорциональна интенсивности памяти; степень быстроты прямо пропорциональна интенсивности забвения»⁵⁸. Но так ли это? Не стала ли современная мода как раз по причине ее чрезвычайной быстротечности обладать хорошей памятью? Ролан Барт утверждает в своей объемной книге, посвященной моде, что последняя представляет собой пространную беседу, которая отвергает возможность диалога со своим собственным прошлым⁵⁹. Книга Барта вышла в 1967 году. С тех пор мода во все большей степени представляет собой именно такой диалог со своим прошлым, причем его достижения постоянно используются для замещения нового.

Сущность моды заключается в непостоянстве. В ее основании лежит требование радикального обновления, постоянная охота за оригинальностью. Мода будет существовать, пока она будет в состоянии двигаться дальше. Она циклична, и ее периоды делятся от демонстрации моды до замещения. Принципом моды является постоянное уменьшение длины цикла, чтобы создать наибольшее число последовательных мод. Таким образом, идеальная мода будет существовать лишь мгновение, пока на ее место не встанет новая. Постепенно мода

приближается к реализации указанного принципа, так как ее циклы становятся все короче. В XIX веке они длились десятки лет, а начиная с 70-х годов XX века сократились до одного сезона. Многие согласны с тем, что эти циклы значительно сократились с XIX века, а особенно в последние 50 лет. Естественно, что при подобном темпе никому не удастся создавать радикально новые стили, и рециркуляция предыдущих течений стала нормой в моде. От кутюр 1970-х не содержала никаких особых новшеств, а, скорее, представляла собой дальнейшее развитие 60-х, хотя и с большим упором на «естественность». Мода 80-х также не привнесла ничего нового и полностью копировала предыдущие этапы, но уже без ностальгических ноток 70-х. Когда же мы подходим к 90-м годам XX века, то затрудняемся обнаружить что-либо, кроме бесконечного ряда повторений, хотя и в весьма впечатляющих вариантах. Сейчас подобная рециркуляция редко бывает абсолютной в том смысле, что она не копирует полностью предшествующие фасоны одежды. Скорее, речь идет о различных комбинациях элементов предыдущих модных течений или об их экстремальных вариантах. В равной степени относится это и к повторениям, имевшим место в коллекциях тех современных дизайнеров, которые полагают, что пришел конец истории моды, и больше не верят в то, что возможно движение дальше, так что единственной возможностью остается копирование прошлых стилей в различных вариантах. А связь с их историческим возникновением прослеживается все слабее. Мода деконтекстуализируется и реконтекстуализируется, а те виды одежды, которые заимствуются из других традиций, больше не имеют определенного происхождения⁶⁰.

Рециркуляция также ускоряется, и мы сейчас столкнулись с тем, что практически все стили накладываются друг на друга. Временной промежуток между «новой» модой и модой, к которой мы возвращаемся, постоянно сокращался, пока не исчез полностью. Мартин Маржбела¹⁴ нарушил четкие правила моды, когда повторил свои предыдущие модели в новой коллекции, и тем самым противопоставил себя требованию «новизны». Однако это говорит о том, что Маржбела понял невозможность создания абсолютно нового каждый сезон. Он развивал данную идею различными способами, например представив в 1997 году «новую» одежду, сделанную полностью из старых коллекций: он взял по одной модели из 18 своих коллекций, а потом дополнительно «состарил» ее, погружая в специальные средства, рассеивая на нее бактерии и покрывая ее дрожжевым и плесневым грибом, перед тем как выставить коллекцию в музее Боймансван Бенинген в Роттердаме.

Если Вальтер Беньямин прав в том, что мода – «вечное возвращение нового»⁶¹, весьма сложно вообразить что-нибудь менее соответствующее времени, чем мода. Представляется, что «новое» непосредственно связано с прошлым. Более верным, чем вечное возвращение нового, кажется правило о вечном возвращении того же самого. Мода больше не кажется нам некой неожиданностью. Новые коллекции демонстрируются для прессы годом раньше, и их развитие предсказуемо. И теперь вообще больше не имеет смысла говорить о «циклах моды», поскольку цикличность предполагает, что нечто «в моде», пока оно «из моды» не выходит. С начала 90-х годов XX века процесс рециркуляции достиг такой быстроты, что не успевает предмет выйти из моды, как уже снова становится актуальным. В результате современная мода характеризуется одновременностью существования всех стилей. Благодаря постоянному ускорению рециркуляции мы достигли такого пункта, в котором мода, полностью реализовав свой потенциал, отказалась от своей логики.

Раньше мода развивалась в соответствии с тенденцией модернизма, причем новая мода приходила на смену всем предыдущим и делала их ненужными. Традиционная логика моды – это логика замещения. Однако за последние десять лет возникла новая логика дополнения, при которой все тенденции подвержены рециркуляции, а новые направления в моде не заме-

¹⁴ Мартин Маржбела – бельгийский модельер.

няют абсолютно все в предшествующих, а, скорее, довольствуются дополнениями к ним⁶². Логика замещения сама была заменена логикой дополнения, другими словами логикой аккумуляции, когда принцип, предписывающий замену старого новым, больше не имеет силы. Теперь, напротив, старое и новое сосуществуют – или, точнее, старое сосуществует со старым – одновременно. Как говорит Энди Уорхол¹⁵ в отношении искусства: «Есть место для всего»⁶³. Изменился сам *modus operandi* моды. Традиционно мода требовала постоянного дополнения новыми объектами, которые скоро уже сами нуждались в дополнении. Целью моды является непрекращающееся развитие системы, которая замещает уже существующее новым, за тем исключением, что новое должно быть предпочтительнее по сравнению с уже существующим. мода не имеет определенной *конечной цели*, кроме вечной реализации и развития своей собственной логики. Но когда эта логика стала достаточно радикальной, она преобразилась из замещающей в логику дополняющую. Проблема дополняющей логики состоит в том, что она не в состоянии достаточно быстро делать предметы ненужными.

В представлениях утопистов моде обычно нет места. Подобное положение вещей мы обнаруживаем уже в «Утопии» Томаса Мора, где все люди используют один тип функциональной одежды, которая не имеет окраски и не изменяется в течение столетий⁶⁴. Мор также придает большое значение тому, чтобы вся одежда использовалась, пока полностью не износится⁶⁵. Тоталитарные режимы также отличаются тенденцией к унификации внешности граждан. В данном случае хорошим примером является костюм Мао. Борис Гройс считает, что мода антиутопична и антитоталитарна, поскольку ее постоянное изменение предоставляет возможность для выражения универсальных истин, которые могут определить будущее⁶⁶. Можно сказать, таким образом, что антитоталитарная компонента моды является следствием ее антиутопической составляющей, однако, с другой стороны, мода представляет собой, возможно, одно из самых тоталитарных явлений в современном мире, которое диктует свою логику практически во всех сферах и тем самым становится всеобщим. мода завоевала большинство областей человеческой жизни, но в результате утратила саму себя. Она везде, но это значит и нигде. Может ли существовать что-нибудь наподобие моды, но без доминирующего стиля или, по крайней мере, с минимальным числом таких стилей? Начиная с 60-х годов XX века в моде не наблюдается превосходства какой-либо одной тенденции. Мы видим обширный полиморфизм. Абсолютно «модный» стиль не предполагает использования большинством определенной общности или культуры. Напротив, широкое распространение моды говорит о том, что эта мода прекращается. Действительно отвечающий критериям модности стиль, скорее, является стилем меньшинства, который еще не захватил большинство или, по крайней мере, большое количество людей.

Таким образом, мода никогда *не существует*: она постоянно находится в процессе *возникновения*. В настоящее время нечто подобное, находящееся в процессе возникновения, отсутствует, а, скорее, отсутствует постоянный резерв стилей, пригодных для рециркуляции, то есть в действительности нет того, что было бы более «модным», чем другое.

Некоторые модельеры не только используют старые тенденции в своих новых коллекциях. Они идут дальше в этой рециркуляции старого и создают новую моду, исходя из своих собственных предшествующих коллекций. Мартин Маржбела был, возможно, в этом первым, но Диана фон Фурстенберг выразила идею еще отчетливее, когда создала в 2001 году точную копию платья, представленного ею в 1972 году, и использовала точно такую же рекламу, которая анонсировала новинку в 1972-м. Dolce&Gabbana¹⁶ и Prada открыли бутики,

¹⁵ Энди Уорхол (ок.1927–1987) – американский художник и философ, крупнейший представитель художественного течения поп-арт середины прошлого столетия.

¹⁶ Доменико Дольче и Стефано Габбана – знаменитые итальянские дизайнеры.

в которых продают модели своих старых коллекций. Вивьен Вествуд¹⁷ производит одежду из старой продукции на заказ. Маноло Бланик¹⁸ запустил производство обуви из старых коллекций, а Fendi сделали то же самое с сумками. Если мода в значительной части руководствуется рециркуляцией, почему бы человеку точно так же не повторять самого себя. Однако сложно представить себе значительный прорыв в отношении основной идеи моды, когда предшествующее всегда должно порождать что-то новое.

Беньямин ставит вопрос о том, что, вероятно, мода умирает по той причине, что уже больше нельзя увеличить скорость ее развития⁶⁷. Но не объясняется ли эта смерть, скорее, тем, что мода достигла критической скорости, которая изменила всю ее логику?

¹⁷ Вивьен Вествуд – британский модельер, одна из самых авторитетных в мире моды женщин.

¹⁸ Маноло Бланик – известный американский дизайнер обуви

Появление и распространение моды

*«Pray how many suits does she wear out in a year.»
– «Oh, dear Sir! A fine lady's clothes are not old
by being worn but by being seem.*

Richard Steele: *The Tender Husband* (1705)

*Things must change
We must re-arrange them
Or we'll have to estrange them.
All that I'm saying
A game's not worth playing
Over and over again.*

Depeche Mode: *The Sun & The Rainfall* (1982)

Скажите на милость, сколько же костюмов она изнашивает за год?

– Да что вы, сэр! Одежда благородной леди устаревает не от того, что ее носят, а от того, что ее видят.

Ричард Стиль: «Нежный муж» (1705)

*Вещи нуждаются в изменении.
Мы должны их преобразовать,
Иначе нам придется отказаться от них.
Но все, что я говорю,
Лишь игра, в которую не стоит играть
Снова и снова.*

Depeche Mode: «Дождь и Солнце» (1982)

Почему мода стала столь привлекательной? Чем объясняется тот факт, что она оказывает влияние на такое большое количество людей? В этой главе мы подробно рассмотрим некоторые концепции развития моды и причины этого развития⁶⁸. При этом мы будем исходить из разнообразных вариантов так называемой теории «растекания сверху вниз», которая сама по себе является основной моделью большинства подходов, объясняющих развитие моды, однако мы увидим, что эта теория постепенно утрачивает свое значение в процессе развития изучаемого феномена.

Можно утверждать, что изменения в моде обусловлены попытками бороться с ней. В средневековой Европе церковь и государство совместными усилиями вели борьбу с роскошью. В то же время в результате многочисленных крестовых походов в Европу попадали изысканные ткани и драгоценные камни, которые использовались для того, чтобы подчеркнуть обеспеченность их владельцев. В результате люди начали соревноваться в благосостоянии. Церковь и государство критически относились к такому положению вещей и попытались регулировать складывающуюся ситуацию. Важнейшим инструментом такого регулирования стали законы о роскоши, которые распространялись и на одежду. В Англии такие законы получили название «sumptuary laws»¹⁹ от латинского «sumptuarius» (прилагательное, обозначающее расходы, роскошь)⁶⁹. Указанные акты применялись в основном с XIII по XVII век. В них содержались специальные предписания о расходах, соответствовав-

¹⁹ Законы, регулирующие потребление предметов роскоши.

ших каждому рангу. Особая одежда и другие предметы являлись принадлежностью определенных социальных классов, при этом представителям более низких классов запрещалось приобретать такую одежду, даже если у них были на то средства. В истории это был отнюдь не первый раз, когда вводились подобные законы. В Древнем Египте лишь представители высших сословий имели право носить сандалии, у греков и римлян также были свои правила о том, кто должен носить какую одежду. К примеру, тога была отличительным знаком римского гражданства, а тот, кто не имел последнего, соответственно, не имел и права носить тогу, и если кто-либо лишался римского гражданства, то он одновременно лишался права носить эту одежду. В Средневековье, однако, подобные правила стали значительно более специфичными и разнообразными. С зарождением капитализма общество стало более «мобильным» в социальном отношении, и одной из задач вышеупомянутых законов стало установление различий между существующими классами⁷⁰. Однако не менее важным было поддержание морали, поскольку считалось, что драгоценности сами по себе портят человека. Роскошные одеяния явно свидетельствовали о тщеславии, которое само по себе было серьезным грехом. Законы о роскоши, безусловно, постоянно нарушались – скорее всего, запреты делали товары более привлекательными, – и это практически никого не удивляло. Подобные законы усиливали значение одежды как важного социального определителя, потому что они устанавливали относительно четкие критерии, в соответствии с которыми различные предметы становились показателем определенного социального статуса. Постепенно различия между классами становятся все менее значимыми, а социальная мобильность увеличивается. По этой причине законы о роскоши теряют свое значение. Разумеется, определенные запреты мы обнаружим и в более поздние времена. Так, например, женщинам было непозволительно носить брюки, однако подобные запреты распространялись не на определенный социальный класс, а на абсолютно всех людей или всех представителей одного пола. Кроме того, существовали и существуют запреты чисто политического характера, как это было, когда английские оккупационные власти запрещали шотландцам носить килт²⁰, или сейчас, когда французские власти ввели запрет на использование религиозных символов в школе, а фактически запретили использование хиджаба.

На «обычных» людей, то есть рабочий класс, вплоть до XIX века по причинам экономического характера мода не оказывала никакого влияния. С XIX века началось производство продукции массового потребления, – причиной тому было появление швейных и вязальных машин, благодаря которым стало возможно производить большое количество одежды с относительным разнообразием фасонов, доступным раньше лишь при ручном производстве. Все это открыло абсолютно новые возможности для массового потребления. До этого одежда была весьма дорогостоящей⁷¹. И самым большим богатством, которое мог получить в наследство представитель низшего класса, была именно одежда. Подобное положение коренным образом изменилось, когда появилось массовое производство, сделавшее доступным большое количество одежды для многих людей. Такая «демократизация» моды не предусматривала устранения всех различий, а, скорее, обусловила то, что теперь все руководствовались социальными установлениями моды. Если раньше лишь высшие социальные слои были заняты своей индивидуализацией, то появление массового производства сделало возможным включение в этот процесс и представителей более низких сословий. Просто потому, что этот процесс развивался все быстрее.

В XIX веке наблюдается стремительный рост массового производства и массового потребления. Последнее с тех времен в значительной мере приобретает характер потребления символического, т. е. оно обеспечивает определенную идентификацию с тем, что означает предмет потребления. Объекты массового производства составляют для предста-

²⁰ Короткая юбка в складку, национальная одежда мужчин в Шотландии.

вителей массы ресурс, благодаря которому они могут символически выделить себя по отношению к остальной части массы. Поскольку и эта часть имеет те же интересы, в массовом потреблении возникает самоусиливающаяся тенденция, которая развивается с возрастающей скоростью (естественно, подчиняясь тем ограничениям, которые устанавливает существующая экономическая ситуация). Страсть к имеющим символическое значение объектам потребления в таком случае становится механизмом, который самообусловлен, то есть одновременно является и причиной, и следствием социального неравенства. Обычно подобное явление принято объяснять как результат так называемого эффекта «растекания вниз», когда нововведения имеют место в высших слоях, а потом распространяются и на низшие в силу того, что последние стремятся достигнуть положения первых, однако с тем последствием, что более низкие социальные слои всегда в этом процессе отстают⁷².

Первые предпосылки данной теории мы находим уже у Адама Смита в «The Theory of Moral Sentiments» (1759) («Теории нравственных чувств», рус. пер., 1895). Смит пишет следующее:

По причине нашей склонности к восхищению богатыми и великими, а следовательно, и к подражанию им последние имеют возможность определять то, что зовется модой. Их одежда, стиль языка, который они используют в своем общении, выражения их лиц и позы являются определяющими в вопросах моды. Даже их сумасбродства и пороки обуславливают моду; и большинство людей с уверенностью подражают им и приобретают те же качества, которые позорят богатых и великих⁷³.

Подобные же мысли, вероятно возникшие под влиянием работы Смита, которая была переведена на немецкий в 1770 году, находим мы и у Канта в его «Антропологии». Он пишет:

Человек в своем поведении руководствуется естественной склонностью к подражанию какой-либо важной личности (дети – взрослым, простые – знатным). Закономерность подобного подражания, а вернее, единственное желание не показаться зауряднее других, в реальности не задумываясь о пользе такого подражания, называется модой. Последняя приводит, таким образом, к главенству мимолетности, поскольку в данном случае отсутствует какая-либо внутренняя ценность в достижении цели и в равной мере приводит к главенству глупости, по мере того как мы начинаем испытывать на себе влияние принуждения, обусловленного единственным примером, который многие представители общества нам подадут, – раболепно подчиняться⁷⁴.

Кант указывает на задержку, с которой мода распространяется на «более низкие социальные слои, когда для высшего света данная мода уже не актуальна». Эта теория, вероятнее всего, не утратила жизненности и в наше время.

Большинство последующих теорий «растекания сверху вниз» инспирированы в большей мере философом Гербертом Спенсером²¹, чем Кантом. Спенсер связывает возникновение моды с эмблемами и другими предметами, указывающими на статус, и подчеркивает, что такие отличительные знаки имеют тенденцию распространяться на большее число людей, чем те, кто реально имеет право на их демонстрацию⁷⁵. Такое распространение имеет место, когда представители более низких социальных слоев пытаются подняться до уровня вышестоящих, используя для этого отличительные знаки последних. Однако Спенсер предпола-

²¹ Герберт Спенсер (1820–1903) – английский философ и социолог, один из родоначальников позитивизма, основатель органической школы в социологии.

гает, что мода исчезнет, когда общество станет демократически однородным. В то же время можно возразить, что именно эта противоположность станет результатом подобного «демократического выравнивания», когда устранение социальной иерархии будет способствовать тому, что мода, наоборот, станет ещё больше влиять на людей, которые станут стремиться визуально выделиться, – и не это ли сейчас происходит?

Спенсер оптимистичен в отношении будущего и рассматривает стремление к новшествам как движение вперед к более рациональному обществу. Социолог Т. Веблен²² не разделяет подобного мнения и оценивает в широком смысле стремление к новшествам как иррациональную потребительскую оргию. Осуждая современное потребление, он временами перегибает палку, и Хорхе Луис Борхес утверждает, что когда он впервые читал книгу Веблена о «людах свободного времени», то полагал, что это сатира⁷⁶. Веблен пишет: «Требование быть новым является основополагающим принципом всего сложного и интересного мира моды. Последняя не требует бесконечных изменений, поскольку это просто глупо; изменения и новшества продиктованы главным принципом в одежде – расточительным пусканием пыли в глаза»⁷⁷. По Веблену, недостаточно иметь деньги и власть, чтобы завоевать уважение, – необходимо, чтобы это было видно⁷⁸. То есть речь идет о демонстрации социального статуса, к примеру через «расточительное потребление» (*conspicuous consumption*)⁷⁹. Веблен полагает, что мы пытаемся превзойти других людей, которые принадлежат к тому же социальному классу, что и мы, а также стремимся достичь более высокого социального уровня посредством подражания его представителям⁸⁰. Другими словами, действуют два принципа: *дифференциация* по отношению к своему классу и *имитация* по отношению к более высокому классу. Веблен утверждает, что человек обычно не желает руководствоваться принципом расточительного потребления как очевидным мотивом, а в большей степени просто пытается жить так, как, по его мнению, подобает жить лицу, которое имеет определенный социальный статус⁸¹. Не будет преувеличением сказать, что Веблен критикует подобный образ действия⁸². Кроме того, он полагает, что такое положение вещей приводит к тому, что мы смешиваем экономические и эстетические ценности, и далее к тому, что модная одежда, по сути, становится совершенно отвратительной, а людям внушается вера, что они выглядят красиво⁸³. Для Веблена нормой является простота и функциональность, а все отклонения отвратительны и иррациональны и, следовательно, требуют обоснования. Однако простота и функциональность вполне могут рассматриваться в качестве одной из мод.

Подобно Веблену, Георг Зиммель без оптимизма смотрит в будущее, однако он находит в современности, несомненно, больше ценного, чем Веблен. Теория Зиммеля более утонченна. Он не только выделяет социальный статус, но и рассматривает противодействующие человеческие потребности и склонности, такие, как индивидуальность и конформизм, свобода и зависимость и т. д.⁸⁴ Мода, таким образом, является уникальным явлением, в котором «представлены все основные противоположные тенденции человеческой души»⁸⁵. Зиммель утверждает, что мода не может существовать в обществе, где социализирующий импульс сильнее дифференцирующего и где не произошло разделения на социальные классы. Подобные общества он называет «примитивными», и они характеризуются особенно стабильным стилем⁸⁶. Если стиль долгое время остается неизменным, он не может расцениваться как «мода», ибо мода предполагает изменения. Для Зиммеля все моды по определению моды классовые, ибо они развиваются благодаря тому, что высшие классы утрачивают интерес к

²² Торстейн Бунд Веблен (1857–1929) – американский социолог, экономист, социальный критик.

определенной моде и бросаются в объятия другой, как только более низкие классы начинают им подражать⁸⁷. Зиммель полагает, что чем сильнее товар подвержен быстрым переменам в моде, тем большей становится потребность в дешевых его видоизменениях, поскольку приобрести его – в зависимости от его дешевизны – захотят те массы, которые в самом начале не имели на то средств⁸⁸. Именно производство более дешевых версий товара будет содействовать появлению новой моды, поскольку в таком случае товар больше не выполняет прежней дифференцирующей функции. Таким образом, мы наблюдаем цикл: чем быстрее развивается мода, тем дешевле становится ее объект, и чем дешевле становится этот объект, тем быстрее развивается мода. В эссе «Мода» (1911), которое представляет собой пересмотренный и сокращенный вариант «Философии моды», Зиммель утверждает, что мода всегда содержит в себе свою смерть⁸⁹. Цель моды – всегда быть эталоном абсолютно для всех индивидов данной группы, но как только мода достигает этой цели, она гибнет, так как она в этом случае снимает противоречие между соответствием и индивидуальностью, которое есть ее основополагающее свойство.

Классическое объяснение причин распространения моды, таким образом, заключается в том, что она формируется в верхах и затем спускается в более низкие социальные слои. В этой связи интерес представляет также работа социолога Габриеля Тарда²³ «Законы подражания» (1890). Для него желания людей образуются из общественных отношений, которые подчиняются определенным «законам подражания». Первично это проявляется в том, что более низкие социальные слои подражают высшим, однако Тард утверждает, что в современном обществе имеется поле для более широкого проявления законов подражания, так что высшие классы также могут подражать низшим⁹⁰. В данном случае его позиция выглядит разумнее, чем подходы Веблена и Зиммеля. Такая имитация сверху вниз в то время происходила мгновенно, и наиболее известным примером подобного толка является, вероятно, самое революционное решение в области одежды за всю историю моды: имеется в виду мужской костюм. До XIX века не существовало каких-либо определенных различий в отношении украшений и иных элементов между мужской и женской одеждой для высшего класса. Узор был, скорее, показателем класса, а не пола. В этом смысле имелись определенные отличия, заключавшиеся в том, что мужчины были одеты более роскошно, чем женщины. Индустриализация, а также последовавшие за ней экономические и социальные изменения вызвали тем не менее необходимость в более простой мужской одежде для представителей новой буржуазии. Гениальным решением стало создание мужского костюма, который можно рассматривать в качестве эталона для всего последующего развития моды. Как указывает Энн Холландер, в это время мужская мода совершила радикальный скачок в современность, а женская мода отстала⁹¹. Мужской костюм указывал на принадлежность к новому времени, а также на разрыв с аристократией, которая вот-вот должна была уйти в историю. Пример с мужским костюмом полностью противоречит теории «растекания сверху вниз». В данном случае представители высших сословий начали носить одежду, привычную для среднего класса. Возникла городская мода, которая вытеснила дворянскую и подобные ей. И раньше имели место случаи, когда уличная мода распространялась на представителей высших сословий. Так, например, «одежда с разрезами», которую носили наемники в XVI веке, стала популярной – конечно, в более изысканном варианте – среди представителей высших классов, но это, скорее, исключение.

Мужской костюм удивительно мало изменился за 200 лет своего существования. В этом главное объяснение того, почему мужская мода играет столь скромную роль в истории моды⁹². Мужская мода совершила такой квантовый скачок с изобретением костюма,

²³ Габриель Тард (1843–1904) – французский социолог и криминалист.

что, кажется, вообще больше не имеет склонности к развитию, в то время как женская мода постоянно находилась в процессе изменений и тем самым представляет собой больший интерес для исследования. В действительности, конечно, и мужская мода постоянно меняется, однако изменения в фасонах, цветовой гамме и материалах, которые здесь происходят, гораздо менее значимы, чем те, что имеют место в женской моде. Использование галстуков, шейных платков и бабочек сильно варьируется. Однако в данном случае имеют место более длинные циклы, чем в женской моде, хотя с 60-х годов XX века мужская мода ускорила свое развитие, а именно: вместо рубашек и галстуков под пиджак чаще стали надевать водолазки, фасоны стали сильнее подчеркивать фигуру и т. д. С 70-х годов ведущие модельеры, такие, как Ив Сен-Лоран, всерьез заинтересовались мужской модой. Мужской костюм установил эталон, и многие из последующих изменений в женской моде могут рассматриваться как постепенное приближение к нему. Впервые в 20-х годах прошлого века женская мода начала «догонять» мужскую, когда появилась тенденция к простоте, которая была нормой для мужской моды уже целое столетие. Вплоть до XIX века более обычным было копирование мужской модой отдельных черт женской, а не наоборот, однако с мужским костюмом произошло обратное. Как указывает Холландер, в основе женской моды не было ничего «нового» – в смысле эстетической нормы, наиболее ярко реализованной архитекторами и художниками-модернистами, – пока она к концу XX века не начала имитировать мужскую⁹³. Наверное, можно сказать, что цель была достигнута в 1965 году в образе женского смокинга от Ива Сен-Лорана. С этого момента различия между женской и мужской модой становятся более размытыми в том смысле, что переход от одного к другому становится более свободным. Но все же определенная одежда в основном была принадлежностью одного пола. Несмотря на попытки введения мужской юбки, предпринятые в том числе и Жан-Полем Готье²⁴, этот предмет одежды по-прежнему остается до крайности маргинальным. Риторика вокруг мужской одежды в основном представляет собой лишь набор отрицаний, как будто на самом деле такой моды вообще не существует, а мужчины не выбирают одежду исходя из ее стильности, а лишь принимая во внимание ее функциональность) и не являются такими же «жертвами» моды, как женщины⁹⁴. Но, конечно же, существует и история мужской моды, как и история женской, а требования к мужской одежде не более либеральны, чем требования к женской. В некотором смысле правомерно утверждать, что мужская мода за последние 200 лет придерживалась более строгой нормы, так как у мужчин выбор одежды весьма ограничен.

Подобное развитие наблюдается в отношении брюк вообще. Уже в античные времена существовали длинные штаны, однако впервые именно Французская революция сделала их модными. *Санкюлоты* – те, кто не носил короткие брюки, – демонстрировали свое отличие от аристократии, в том числе и своим внешним видом. *Culottes* (короткие штаны) были повседневной одеждой аристократов и высших сословий в XVIII веке. Обозначение «санкюлоты» сначала использовалось как оскорбительное, но потом приобрело позитивное значение. До революции «санкюлот» было ироническим обозначением тех, кто не имел возможности приобрести шелковые чулки и короткие брюки и вместо этого ходил в длинных штанах (*pantalons*)⁹⁵. Во время революции мода на последние распространилась. В Англии денди, среди которых был Красавчик Бруммель²⁵, переняли новшество и сделали его более утонченным. Когда эта одежда рабочего класса достигла верхов, ее стали изготавливать из шелка.

Подобные метаморфозы не сильно отличаются от изменений, происходящих с обычными джинсами, которые становятся предметом работы дизайнера⁹⁶. Джинсы, будучи сна-

²⁴ Жан-Поль Готье – французский модельер.

²⁵ Г.Р. Бруммель – лондонский модельер первой половины XIX века, носивший прозвище «Красавчик Бруммель».

чала одеждой рабочего класса, постепенно завоевывали верхние социальные слои. Однако стоит отметить, что они не перешли из рабочего класса к среднему, а имели более сложную судьбу⁹⁷. Вслед за рабочими джинсы начали носить художники, а потом активисты левых политических партий и мотоциклисты, демонстрируя таким образом отрицание существующего порядка. Это сделало их популярными в молодежной культуре, а потом в среднем классе появилась тенденция выглядеть молодежней – когда молодость стала эстетической нормой, – и джинсы получили свое признание в среднем классе. Когда джинсы впервые стали использоваться представителями среднего класса, они утратили все свое «мятежное» значение. Далее они изменялись и заняли свое место в системе дифференциации. С самого начала джинсы были «эгалитарной» одеждой. Энди Уорхол восхвалял кока-колу за то, что она является эгалитарным продуктом: «Кока-кола – это кока-кола, и ни за какую сумму денег ты не сможешь купить кока-колу лучше, чем ту, что пьет босая девчонка на углу. Все бутылки кока-колы одинаковы и все хороши. Это знают и Лиз Тейлор, и президент, и босая девчонка, и ты»⁹⁸. Он мог бы сказать то же самое и о джинсах, однако дизайнерский подход к последним – Ив Сен-Лоран был первым, кто включил в свою коллекцию в 1966 году джинсы, – изменил такое положение вещей: когда джинсы стали одеждой для всех классов и возрастов, появилась необходимость наделить их дифференцирующим свойством, отчасти посредством дизайна, отчасти прикрепляя к ним лейблы. Между джинсами из «Dressmann»²⁶ и джинсами от Versace имеется большое символическое различие. Таким образом, дизайнерские джинсы стали примером того, как можно одеваться «бедно», платя за это большие деньги. Такой же пример – «маленькое, черное платье» Шанель. Карл Лагерфельд⁹⁹ создавал одежду из стриженной норки, смешивая синтетический и натуральный мех, тем самым демонстрируя экстремальный вариант того, что Веблен называл «чрезмерной расточительностью».

Таким образом, теория «растекания сверху вниз» при внимательном рассмотрении ее истории лишь отчасти отражает закономерности моды. За последние 40 лет развитие в значительной мере пошло противоположным путем и, вероятно, достигло своего крайнего выражения в 90-х, когда появился стиль «героин шик», основанный на лозунге Ива Сен-Лорана: «Жить на улице! Долой Ритц!». Не вызывает сомнения тот факт, что люди, имеющие относительно прочное положение в высших социальных слоях, в меньшей степени пытаются следовать новейшей моде, чем те, кто занимает в этих слоях не такое устойчивое положение. Они, очевидно, имеют большую потребность в демонстрации своего отличия, чем первые. Таким образом, «растекание вниз» начинается не с самой вершины – главные инноваторы находятся не в этой прослойке. Мы можем также констатировать, что фактически новшества возникают и в более низких социальных слоях, в том числе и в виде значительных модификаций моды высших слоев общества.

Инновации в других социальных слоях, однако, не отражены в истории моды по той причине, что она в основном содержит сведения о том, что считалось модным в высших слоях общества. Нам известно значительно меньше об одежде представителей более низких социальных прослоек. Существовала тенденция фокусировать свое внимание на от кутюр («моделировании и пошиве одежды для высокого класса»), считающейся эталоном моды, а в последние десятилетия все более и более распространенным является изучение всего спектра от моды в массовом производстве до от кутюр¹⁰⁰. И взаимодействие между этими разными элементами совсем не соответствует схеме «растекания сверху вниз». Распространение в более низких социальных слоях одежды, считавшейся модной представителями высших сословий, в XIX веке было относительно ограничено¹⁰⁰. Рабочий класс лишь в незначи-

²⁶ Сеть магазинов одежды в Осло.

тельной степени использовал одежду, имитирующую ту, что носили в высших прослойках общества, а когда это и происходило, фасоны радикальным образом изменялись, исходя из потребности в функциональности. Безусловно, функциональность всегда представлялась более важной, нежели соответствие тому образцу, который в высшем обществе считался модой. Конечно, это совсем не означает, что вопрос вкуса не играл роли при выборе одежды представителями более низких социальных слоев, однако в данном случае речь идет о другом вкусе. Социолог П. Бурдьё²⁷ называет его «вкусом по необходимости» и на первое место ставит в нем функциональность¹⁰¹.

Почему же тогда Веблен и в еще большей степени Зиммель были уверены, что представители более низких социальных слоев перенимают стиль высшего сословия, пусть даже и с небольшим опозданием? Это объясняется тем, что представители рабочих слоев, которые были *на виду*, выполняли такого рода обязанности, которые предусматривали взаимодействие с представителями среднего и высшего классов и поэтому были заметны в городском обществе¹⁰². Речь идет о ремесленниках, продавцах магазинов и служащих, которые были одеты «изящнее», чем большинство работников, и в меньшей степени о фабричных рабочих и др. Как и многие другие, Зиммель, основываясь на информации о небольшой части представителей рабочего класса, а именно тех, с кем он фактически встречался, сделал вывод обо всем рабочем классе, и, таким образом, его мнение отчасти ошибочно. Верным в его теории является положение о том, что в XIX веке различия в одежде социальных слоев стали значительно менее заметны, чем ранее. В этом также важная причина того, что к концу XIX века все большее распространение получала тенденция, по которой униформа и одежда, соответствующая определенной профессии, заменила обычную одежду, так что социальный статус более четко выражался вещами, которые носил человек. Подобное положение, бесспорно, являлось результатом целенаправленных действий, которые предпринимали представители высших сословий, чтобы обозначить «место», которое занимает определенный человек в социальной иерархии, и тем самым противодействовать начавшемуся размыванию границ между формой одежды различных слоев общества. Теория Зиммеля не является полностью ошибочной, однако картина была гораздо более сложной, чем он полагал.

Хотя Бурдьё и пытался дистанцироваться от таких теорий, в том числе и концепции Веблена, он следует все-таки той же самой модели. Бурдьё утверждает, что первично движущей силой в символическом потреблении является не имитация более низкими социальными слоями высших, а, скорее, попытка высших слоев отличить себя от более низких¹⁰³. Бурдьё описывает, каким образом приобретение эстетического объекта – идет ли речь о живописи или о моде в одежде – приводит к тому, что этот объект преобразуется «в овеществленное отрицание со стороны всех тех, кто недостоин обладать им, поскольку они лишены тех материальных или символических средств, которые необходимы для его присвоения»¹⁰⁴. Для Бурдьё вкус – в своей основе негативная категория, понятие, функционирующее на уровне отрицания и исключения. Бурдьё утверждает, что так называемый «чистый вкус» характеризуется «*отвращением*, являющимся его главным принципом»¹⁰⁵. Когда вкус должен быть мотивирован, это происходит через отрицание другого вкуса. Определение «хорошего» вкуса происходит через отбрасывание «плохого». Бурдьё описывает вкус как «социальное умение ориентироваться на местности»¹⁰⁶. Это ощущение направляет нас в социальном пространстве, однако оно же ставит нас в этом пространстве на определенное место.

В данном случае позиция Бурдьё в значительной степени совпадает с концепциями Веблена и Зиммеля, которые определяли моду как изобретение высшего класса, нацеленное

²⁷ Пьер Бурдьё (1930–2002) – французский социолог.

на установление различий между слоями общества¹⁰⁷. Бурдьё утверждает, что предпринятый им анализ вкуса не имеет ничего общего с теорией Веблена, поскольку у Веблена субъект должен искать различия умышленно, в то время как у Бурдьё это происходит в основном на подсознательном уровне¹⁰⁸. Однако это отличие едва ли столь значительно, как утверждает Бурдьё. Веблен считает, что субъект обычно не желает руководствоваться принципом расточительного потребления как основным мотивом¹⁰⁹, однако необходимо добавить, что он часто высказывается таким образом, как будто расточительное потребление как раз и должно быть сознательным намерением¹¹⁰. Несмотря на это, модель рассеивания, придуманная Бурдьё, в значительной мере совпадает с теорией Веблена: по мере того как одежда высшего класса имитируется более низкими слоями общества, она теряет свою исключительность и заменяется новой модой, выступающей в качестве классового определителя. Поэтому движущей силой в развитии моды является высшее сословие, в то время как более низкие социальные слои пассивно копируют и перенимают моду первого, чтобы отождествлять себя с этим сословием. Средний класс в этом случае выступает как промежуточное звено. Он тянется вверх и тянет за собой более низкие социальные слои, от которых пытается отличаться¹¹¹.

Подход Бурдьё в значительной мере отличается от теории Веблена. Для последнего во главе угла

стоит экономический капитал, определяющий все остальное. «Символический» капитал важен только как доказательство наличия экономического капитала. Бурдьё так не считает, для него экономический капитал является одним из частных проявлений символического капитала¹¹². Ему приходится утверждать это ещё и для того, чтобы объяснить факт существования художников, не имеющих экономического капитала и при этом не пытающихся перевести свой культурный капитал в экономический, то есть художников, полностью дистанцирующихся от меркантильного интереса¹¹³. Чем тогда можно объяснить подобное поведение, если определяющим в конце концов является экономический капитал? В этом случае Бурдьё либо вообще не смог бы объяснить этот тип вкуса и эстетического производства, либо ему пришлось бы ввести понятие особого типа вкуса, требующего отдельного объяснения, что равнозначно введению своего рода «внутренне присущего вкуса», а именно это понятие он стремится отвергнуть. Но, предположив, что экономический капитал представляет собой всего лишь один из видов символического капитала, он мог объяснить и те случаи, когда не возникало экономической прибыли и к ее получению даже не было стремлений. Другими словами, в противоположность Веблену, «хороший» вкус у Бурдьё дает доход, когда выражает благосостояние, которое является индикатором не столько экономического богатства, сколько культурного. Как указывает Бурдьё, все формы капитала подвержены инфляции. Отличительная ценность объекта непрерывно снижается, поскольку постоянно все большее количество людей становятся его обладателями. Весь капитал относительно определен в том смысле, что ценность предмета, которым обладает определенное лицо, зависит от того, чем обладают другие. Для того чтобы предмет мог приобрести высокую ценность, необходимо, чтобы другие им не обладали. Что-либо становится ценным, только если его не хватает. Поэтому так важно установить различия. Можно сказать, что суть различия проявляется в *создании* дефицита с целью исключения других, и только для этого, субъект сам может приобрести ценности, имеющие символическое значение.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.