

ИДЕОЛОГИЯ И УТОПИЯ КАК ТВОРЧЕСКАЯ ОСНОВА РАЗВИТИЯ СИМВОЛИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ МОДЫ

А. И. Калистратова

Институт экономики и предпринимательства

Нижегородского государственного университета имени Н. И. Лобачевского

Поступила в редакцию 2 ноября 2017 г.

Аннотация: в статье ставится вопрос о причинах постоянного динамического развития моды как одной из символических систем общества, связанной с обликом человека. Подвижность моды рассматривается функционально как расставание с ближайшим прошлым, и в связи с этим обновление человека и общества. Как движущая сила, служащая развитию моды предпринята попытка проанализировать противостояние идеологии и утопии. Под идеологией подразумевается доминирующее в обществе сознание, направленное на сохранение текущего миропорядка. Под утопией – сознание, трансцендентное текущему миропорядку и в связи с этим обладающее преобразующим потенциалом. Искажение социальной реальности, свойственное тому и другому типу мышления, ассоциируется с творчеством, в том числе, в случае ложного сознания. В качестве движущих сил моды выделена борьба прогрессивной утопии и консервативной идеологии, а также социальное творчество элит, включая просветительскую деятельность интеллектуалов.

Ключевые слова: мода, сознание, символическая система, идеология, утопия.

Abstract: *the article touches upon the grounds for perpetual changes in fashion which is one of social symbolic systems based on human's image. Fashion fluidity supposes to be a function for human's separation from one's nearest past and because of it fashion becomes a way for a kind of updating for human and society. The author calls the counteraction of ideology and utopia as main force which moves the fashion forward. Ideology means the dominating social type of mentality which is based on conservation of current social order. Utopia is a type of mentality which is transcendent for current social order which is potentially transforming for it. The misrepresentation of social order which is inherent for both ideology and utopia associates with creativity even if the case concerns the so called false consciousness. The author makes the issue that the main moving force in fashion is the concurrence between ideology and utopia as social creativity in elite social ranks including intellectuals' educating activity.*

Key words: *fashion, conscious, symbolic system, ideology, utopia.*

В соответствии с феноменалистской традицией исследования общества [1] мода представляет собой символическую систему, которая выполняет несколько важных функций. Во-первых, эта система служит коммуникации. Наряду с языком проявление моды в повседневности может рассматриваться как код, благодаря которому становится возможным распознавание «своего и чужого», а также важнейших оппозиций, как то: день/вечер, работа/праздник, мужское/женское и т. д., – а способность

человека оперировать ими говорит о развитой культуре. Во-вторых, мода в образной форме служит накоплению и периодической актуализации феноменов социального бессознательного так же, как это происходит и в художественных произведениях. В-третьих, мода как феномен повседневности служит адаптации человека перед неизведанным: переработке экзистенциального ужаса в бытие-в-мире, интеграции нового в повседневное, а также является одним из механизмов секуляризации архетипа [2–3], т. е. его воспроизведения в повседневности, превращения из мистического в земное, из запредельного в освоенное. Однако при том что эти же функции могут реализовываться в консервативной и неизменной моде, как, например, народный костюм, возникает вопрос, какие потребности общества и скрытые процессы обуславливают регулярные перемены моды, которые уже в Новое время приобретают черты полноценного социального института.

Развитие моды становится объектом исследования гуманитарных наук, как только целенаправленное сотворение образа человека в повседневности прекращает быть прерогативой правителей и выходит из области мистики в область профанного. Первой и самой развитой традицией в этом направлении становится ветвь теорий имитации или подражания, что не совсем одно и то же. Она берет начало от А. Смита, считавшего, что мода есть обычай подражать богатым и могущественным, которые при этом задают не только всеобщий стандарт внешнего вида, но и морали [4, с. 79, 171]. Эта традиция получила новый виток на рубеже XIX и XX вв., когда социологи пытались осмыслить переход моды от единичных произведений высокой эстетической ценности к массовому производству стандартных образцов. В это направление в целом укладываются теории моды Т. Веблена [5], Г. Тарда [6], Г. Зиммеля [7], Г. Блумера [8]. Согласно им, мода в целом иррациональна, это культурное и цивилизационное излишество, которое служит нескольким целям. Во-первых, мода служит декларации или имитации высокого общественного статуса. Во-вторых, мода структурирует общество, служа объединению и разделению людей, поскольку внешний вид, как правило, означает специфические ценности, мышление и модели поведения. Несмотря на обилие теорий в этом направлении, исходная мысль А. Смита остается актуальной: образ, который вводится наиболее успешным представителем общества, как мода, служит средоточием не только эстетических, но и этических черт данного типа личности.

Второй значимой группой теорий становятся теории циклические, согласно которым прежние формы моды возвращаются в том или ином виде каждые сто, десять, пять лет (Лове [9], Кребер [10], Гузявичуте [11]). Эта группа теорий претендует на связь моды и естественных ритмов природы и общества, которая, однако, остается слишком прозрачной, чтобы мочь делать выводы о связи внутреннего мира человека и циклической переменной форм моды.

Несмотря на обилие исследований и множество теорий моды, прогнозирование моды остается невозможным: требуется сложнейший синтез

циклических и линейных теорий развития моды, но вдобавок к этому – интуиция, воображение, исторический опыт – до сих пор не разработано ни одного теоретического инструмента, который позволил бы достоверно прогнозировать развитие моды [3; 12]. Точка, которая сводит воедино перспективы видения будущего развития моды, лежит за пределами механических подсчетов и тем более за пределами экстраполяции на человека теорий, объясняющих простое доминирование или его имитацию. Эта точка – мода как высказывание, творческое переосмысление социальной реальности и созидание его образа в соответствии с меняющимся внутренним миром человека.

Если рассматривать моду как феномен, то любой образ представляет собой символ, состоящий из зримой стороны и смыслов, которые лежат по ту сторону материального [1]. Мода представляет собой поле, на котором человек целенаправленно или невольно проявляет себя так же, как это происходит в речи или любой творческой деятельности. Специфика моды при этом состоит в том, что в отличие от речи, она более чувственна: цвет, форма, пространственные и кинетические характеристики моды доступны для непосредственного восприятия, вне языковых и культурных барьеров. В отличие от любой другой творческой деятельности искусства в его традиционном понимании, мода не требует особого времени и места, она глубоко укоренена в социальной жизни, служит одним из феноменов повседневности, сопровождает человека на протяжении всей жизни.

Эта двоякость, основанная на творческой и социальной ипостасях моды, выражается в актуальном для второй половины XX вв. понимании моды как особой формы демократии. Ж. Бодрийяр [13] пишет, что постоянное обновление форм товаров в современном обществе лишает общество энергии: «Настоящие революции превратились в революции моды». Более поздний автор, Ж. Липовецки, который также начинал как марксист, прославляет моду, поскольку в отличие от обществ с жестко заданной социальной структурой и традицией, она дает человеку возможность проявить себя через облик, высказаться и быть понятым, что принципиально отменяет необходимость масштабных социальных бунтов. Мода – неотъемлемая часть демократии и крайняя ее форма, лаборатория моделей новых форм сознания, которые не могли бы иначе быть сформированными, прожитыми и освоенными [3, с. 16–19]. Поскольку мода – это почти всегда акт целенаправленного действия, она превращается в высказывание, артикуляцию социальных проблем, ценностей и ожиданий, свойственных не только индивиду, но и социальному типу, группе и т. д. Развитие моды с этой точки зрения можно интерпретировать как постоянно текущий и не прекращающийся социальный диалог, в процессе которого общество претерпевает изменения, разрешая конфликты и изживая травмы, которые не всегда могут быть высказаны (например, быть опасными для прямого обсуждения, табуированными и т. д.).

Несмотря на кажущуюся многоголосицу моды в повседневности, на уровне профессионального творчества, в ней нет хаоса: властвование

различных модных решений, как правило, имеет абсолютно определенные пространственные и временные границы, символическое взаимодействие и противостояние различных образов также имеет вид достаточно прозрачной схемы. Однако чистота этих образов, которые представляют определенные социальные типы и обращаются к ним, также могла бы быть законсервирована в обществе с минимальной социальной подвижностью, как это было, к примеру, в Новое время. Современное регулярное обновление образов на уровне профессионального творчества в моде как будто находится в иной плоскости, чем уже обозначенный диалог моды в повседневности. Искусствовед Э. Холландер разработала теорию, в соответствии с которой мода, как и искусство, чьим периферийным феноменом ее можно считать, развивается благодаря преемственности и конкуренции разных стилей и школ [14. В одной из ранних статей мы также писали, что мода черпает питание из маргинальных по отношению к норме областей общественной жизни [15]. При этом вряд ли можно предполагать, что единственной целью этого противостояния будет только лишь свежесть эстетических решений.

Диалогичность, или даже полифоничность моды, при том что новые образы отыскиваются в разных для различных социальных групп областях неосвоенного, пугающего, маргинального, запредельного, ассоциируется с социльно-философской теорией идеологии и утопии К. Мангейма (1929) [4], которая могла бы в ряде случаев служить простым и эффективным инструментом для аналитики и прогнозирования моды как символической системы общества. Мангейм изначально разрабатывал свою теорию в приложении к социологии знаний, однако ее возможно экстраполировать на любую целенаправленную деятельность человека: не только информацию, владение ею, ротацию информационных процессов, но и искусство, моду как его подразделение и феномен повседневности и т. д.

Идеология и утопия, по Мангейму, – это два противоположных типа мышления, свойственных, соответственно, классам, наделенным властью, и тем, кто ратует за изменения социальной реальности. Идеология, утопия и социальная данность в концепции Мангейма образуют триаду, которая позволит нам произвести анализ моды с точки зрения развития ее смыслов. Данность в «Идеологии и утопии» определяется как конкретная историческая форма социального бытия, которая функционирует по известным и предсказуемым для современников механизмам [там же, с. 113]. Мышление, которое исходит из соответствия этой социальной данности, называется *адекватным*. Однако динамику общества и культуры обеспечивает противодействие форм мышления, которые ориентированы на факты, вопреки текущему порядку вещей.

Идеологией называется тип мышления, основанный на стремлении сохранить общество в неизменном виде. Мангейм отмечает, что этот тип мышления присущ правящим классам, которые считают его непреложной истиной для всех остальных. Однако несмотря на то, что обладатели идеологического типа мышления обладают наибольшей властью, идео-

логия никогда не может реализоваться полностью, поскольку последовательное воспроизведение ее положений разрушит текущий миропорядок. Здесь Мангейм приводит пример с крепостничеством: хотя любовь к ближнему и является одной из главенствующих идей общества того времени, отношение к крепостному по тому же принципу привело бы к освобождению крестьян и полной перестройке социальных, экономических, политических отношений. Здесь Мангейм впервые ставит проблему *ложного сознания*: элита идеологических классов вынуждена намеренно или неосознанно лгать массам ради сохранения статуса-кво. Ученый определяет причины, по которым доминирующий класс продолжает декларировать не соответствующие истине положения, во-первых, ложью себе (или неспособностью осознать несоответствие), во-вторых, чистосердечным осознанием невозможности воплотить обещания, и, в-третьих, намеренной ложью. Однако с точки зрения реализации этих социальных факторов в моде причины лжи не важны: ложь – это творческий акт при любых предпосылках. Примечательным также становится и другое: элитарная мода, включая от-кутю, принципиально не могут быть полностью интегрированы в социальную реальность и адекватны ей, поскольку источником творчества, положенного в их основу, является стремление (пусть, возможно, и бессознательное) эту реальность исказить [там же, с. 115–116].

Утопический тип мышления основан на последовательном приведении в социальную данность таких фактов, которые способны «взорвать» текущий миропорядок. Это мышление пророческое, преобразующее. Однако социальная реальность, которую возводят представители утопических, поднимающихся классов, не возводится моментально – иногда эти процессы занимают десятки и сотни лет. мода, основанная на мышлении этого типа, не только опережает свое время, но иногда и входит с ним в конфликт. Вместе с тем именно через моду как сферу эстетического новые утопические типы мышления проникают в повседневность, становятся привычными и отвоевывают себе еще одну ступень в конкуренции с идеологиями.

Различить утопии и идеологии не всегда возможно. Первые неизбежно становятся вторыми, как только завоевывают главенствующее положение и утрачивают свою преобразующую силу. Кроме того, на каждом конкретном историческом отрезке идеологии и утопии не противостоят друг другу в чистом виде: именно элементы идеологичности дают утопиям связь с реальностью. Мангейм называет главный критерий, на основе которого предлагает различать идеологию и утопию, а именно – реализацию идей. Если они служат лишь маскировкой, камуфляжем для совершенно других фактов, речь идет об идеологии. Все, что декларируется и постепенно претворяется в жизнь, является утопией [там же, с. 121–122]. С точки зрения моды эту двойственность отражает переход идей из маргинальных сфер в массовое производство. Если идея, отразившись в облике человека, осталась в пространстве, не соприкасающемся с повседневностью, исключительно в сфере искусства или индивидуального творчества, она не имеет преобразующей общества силы.

Отдельно необходимо отметить место интеллигенции. Считается, что это особый и единственный класс, которому доступно понимание объективной социальной данности, в то время как все остальные поглощены либо идеологией, либо утопией. Задачами интеллигенции являются образование масс, повышение их сознательности. Однако при этом она не может честно предупредить их о непродуктивности их борьбы, поскольку в этом случае будет утерян образовательный эффект. При переносе этой концепции на моду можно было бы сказать, что на примере интеллигенции появляется возможность проследить образную реализацию, соответствующую социальной данности. Однако интеллигенция также захвачена ложью как формой творчества, причем эта ложь двойная: с одной стороны, она соответствует идеологической либо утопической направленности мышления массы, с другой – объединяет интеллигенцию с массами соответствующего ей класса. Следовательно, мода интеллигенции, как и мода элит, будет настолько же более важной и выразительной, насколько более осознанными и необходимыми для этих классов становятся ложь и преобразующее социальную реальность творчество. Подвижность моды как символической системы обусловлена, с одной стороны, противостоянием идеологии и утопии как лжи, направленной на сохранение прежнего порядка вещей, и творчества, призванного изменить мир к лучшему, а с другой – скрытым идеологическим противопоставлением элиты, в том числе интеллектуальной, и масс. Ложь и манипуляции при этом приравниваются к творческому процессу, так как дают почву для регулярного обновления смыслов моды.

Таким образом, идеология и утопия становятся массовым бессознательным стимулом для развития моды. Образы моды как элементы символической системы постоянно уточняются и перерабатываются в соответствии с промежуточными результатами диалога этих двух типов социального сознания. При этом мода как результат целенаправленного творческого процесса, как профессионального, так и персонального, принципиально имеет лишь косвенное отношение к реальности вне зависимости от того, идет речь о массовой моде или моде как повседневной практике в индивидуальной судьбе. Мода всегда трансцендентна ей, представляет собой своеобразную материализацию образа будущего в настоящем. Ветви образной системы моды, которые отмирают, представляют собой модели будущего, оказавшиеся несостоятельными или неперспективными в процессе социального эксперимента в настоящем. Возможность претворять социальный диалог в образную, творческую форму служит «социальным громоотводом», позволяя решать различные конфликтные ситуации.

Литература

1. Павловский А. И. Понимание общества в онтологии феноменализма / А. И. Павловский // Известия Алтайского гос. ун-та. – Барнаул : Алтайский гос. ун-т, 2014. – С. 259–263.
2. Касавин И. Т. Анализ повседневности / И. Т. Касавин, С. П. Щавелев. – М. : Канон+, 2004. – 351 с.

3. Лебсак-Клейманс А. В. Долгосрочные тенденции моды в контексте социокультурных изменений : автореф. канд. социал. наук // А. В. Лебсак-Клейманс. – М., 2013. – С. 26–30.

4. Мангейм К. Идеология и утопия / К. Мангейм // Утопия и утопическое мышление. Антология зарубежной литературы. – М. : Прогресс, 1991. – 405 с.

5. Веблен Т. Теория праздного класса / Т. Веблен. – М. : Прогресс, 1984. – 367 с.

6. Смит А. Теория нравственных чувств / А. Смит. – М. : Республика, 1997. – 351 с.

7. Зиммель Г. Мода / Г. Зиммель // Избранное. Т. 2: Созерцание жизни. – М. : Юрист, 1996. – С. 272–273.

8. Blumer H. Fashion : From Class Differentiation to Collective Selection / H. Blumer // Sociological Quarterly. – 1969. – 10. – P. 275–291.

9. Lowe J. Cultural Pattern and Process : a Study of Stylistic Change in Women's Dress / J. Lowe, E. Lowe // American's Anthropologist, New Series. – 1982. – 84 (3). – С. 521–544.

10. Kroeber A. On the Principle of Order in Civilization as Exemplified by Changes in Fashion / A. Kroeber // American's Anthropologist, New Series. – 1919. – 21(3). – С. 235–263.

11. Демшина А. Ю. Ретроспективизм в современной моде как симптом динамики образов / А. Ю. Демшина // Труды С.-Петербур. гос. ин-та культуры. – СПб. : С.-Петербур. гос. ин-т культуры, 2013. – С. 9–17.

12. Килошенко М. М. Прогноз моды : поиск основной переменной продолжается / М. М. Килошенко // Директор. – 2007. – № 5 (95). – С. 66–67.

13. Бодрийяр Ж. Общество потребления / Ж. Бодрийяр. – М. : Республика, 2006. – 272 с.

14. Холландер Э. Взгляд сквозь одежду / Э. Холландер. – М. : Новое лит. обозрение, 2015. – 576 с.

15. Калистратова А. И. Жизненный цикл символа в популярной культуре: прикладной аспект в анализе и прогнозировании производства форм материальных артефактов / А. И. Калистратова // Вопросы культурологии. – 2015. – № 11 – С. 29–33.

Институт экономики и предпринимательства Нижегородского государственного университета имени Н. И. Лобачевского

Калистратова А. И., аспирантка кафедры культуры и психологии предпринимательства

*E-mail: helene.kalistratova@yandex.ru
Тел.: 8(960) 193-99-49*

Institute of Economics and Enterpreper-ship of the Nizhny Novgorod State University named after N. I. Lobachevsky

Kalistratova A. I., Post-graduate Student of the Culture and Psychology in Enterpreperenship Department

*E-mail: helene.kalistratova@yandex.ru
Tel.: 8(960) 193-99-49*