

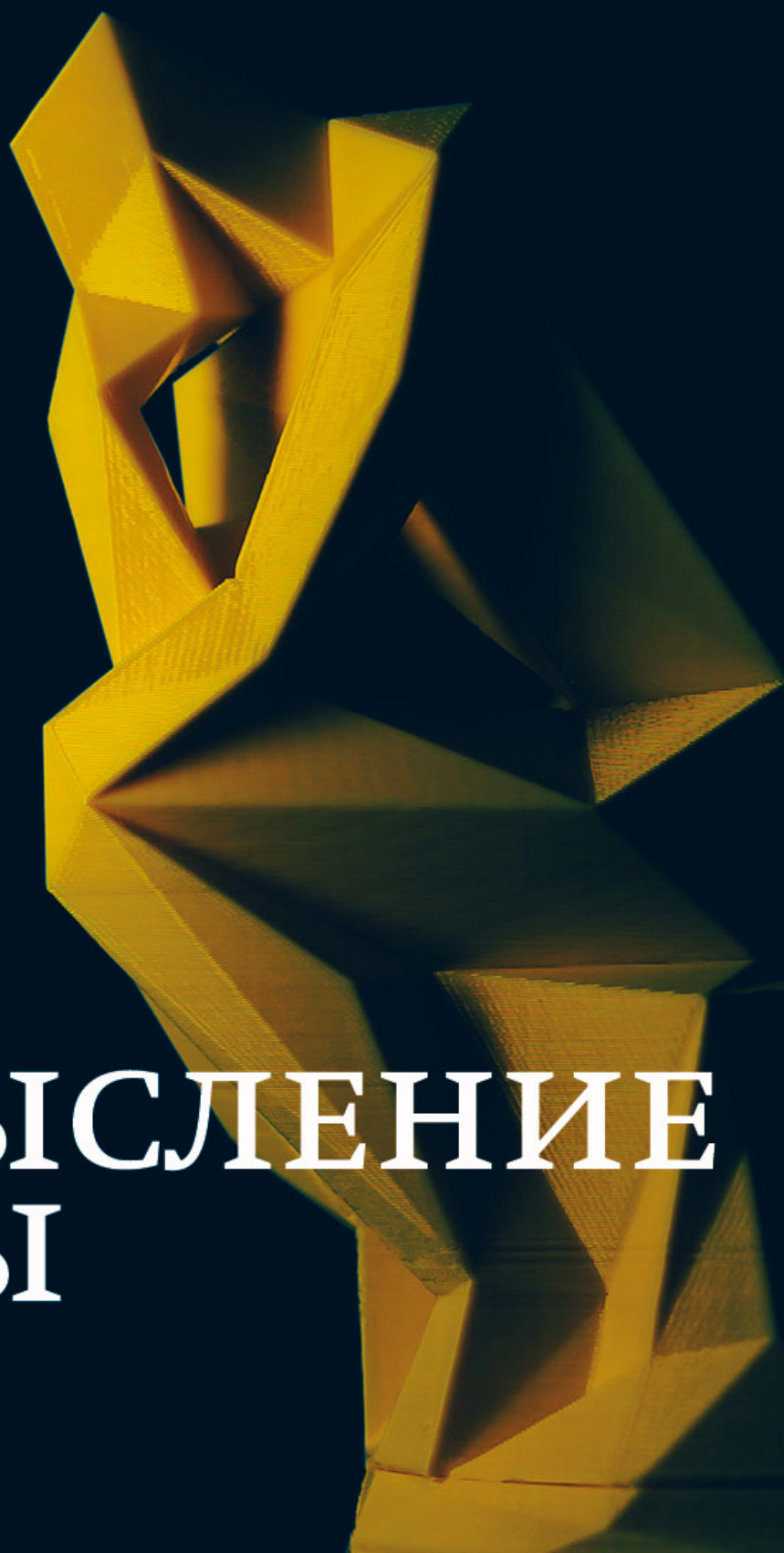
THINKING
THROUGH
FASHION

A Guide
to Key
Theorists

ТМ

ОБЗОР
КЛЮЧЕВЫХ
ТЕОРИЙ

ОСМЫСЛЕНИЕ МОДЫ



Библиотека журнала «Теория моды»

Коллектив авторов

**Осмысление моды.
Обзор ключевых теорий**

«НЛО»

Коллектив авторов

Осмысление моды. Обзор ключевых теорий / Коллектив авторов — «НЛО», — (Библиотека журнала «Теория моды»)

ISBN 978-5-44-482111-4

Задача по осмыслению моды как социального, культурного, экономического или политического феномена лежит в междисциплинарном поле. Для ее решения исследователям приходится использовать самый широкий методологический арсенал и обращаться к разным областям гуманитарного знания. Сборник «Осмысление моды. Обзор ключевых теорий» состоит из статей, в которых под углом зрения этой новой дисциплины анализируются классические работы К. Маркса и З. Фрейда, постмодернистские теории Ж. Бодрийяра, Ж. Дерриды и Ж. Делеза, акторно-сетевая теория Б. Латура и теория политического тела в текстах М. Фуко и Д. Батлер. Каждая из глав, расположенных в хронологическом порядке по году рождения мыслителя, посвящена одной из этих концепций: читатель найдет в них краткое изложение ключевых идей героя, анализ их потенциала и методологических ограничений, а также разбор конкретных кейсов, иллюстрирующих продуктивность того или иного подхода для изучения моды. Среди авторов сборника – Питер Макнил, Эфрат Цеелон, Джоан Энтуисл, Франческа Граната и другие влиятельные исследователи моды.

ISBN 978-5-44-482111-4

© Коллектив авторов

© НЛО

Содержание

Об авторах	5
Мода как предмет философского осмысления	9
1. Карл Маркс. Мода и капитализм	31
2. Зигмунд Фрейд. Больше чем фетиш: мода и психоанализ	45
3. Георг Зиммель. «Моне от философии»	57
4. Вальтер Беньямин. Мода, модерность и улицы больших городов	71
Конец ознакомительного фрагмента.	73

Осмысление моды. Обзор ключевых теорий

Об авторах

Адам Геци – художник, исследователь, старший преподаватель и глава ученого совета Сиднейского колледжа искусств в Сиднейском университете (Австралия). За двадцать лет художественной практики его видео, скульптурные инсталляции и перформансы экспонировались по всей Австралии, Азии и Европе и были встречены критиками с большим энтузиазмом. Его книга «Искусство: истории, теории и исключения из правил» была отмечена наградой как лучшее искусствovedческое исследование 2009 года. Также он выпустил книги «Искусство: новые рамки» в соавторстве с Майклом Картером; «Квир-стиль», «Мода и искусство» и «Модный двойник: репрезентации моды в искусстве, фотографии и кино» совместно с Вики Карминас; «Модное искусство» в соавторстве с Жаклин Милнер; монографию «Мода и ориентализм». Его новый проект посвящен моделям, манекенам и марионеткам.

Элисон Гилл – преподаватель дизайна в Школе гуманитарных наук и искусства коммуникации в Университете Западного Сиднея (Австралия). Ее исследовательские интересы, включающие философию дизайна, критическую теорию, исследования материальной культуры и социальной жизни дизайнерских объектов, нашли отражение в ключевых публикациях, посвященных рекламе спортивных товаров, деконструкции в моде, пользовательским практикам и материальной культуре устойчивого развития, включая одежду. Написанная в соавторстве с Эбби Меллик-Лоупс статья «Описание оставленных вещей» (2012) посвящена анализу педагогического контекста обучения визуальному дизайну проектов в области устойчивого развития. Эта работа стала результатом продолжающегося совместного исследования, опирающегося на социальную теорию практик с целью разобраться с понятиями «ношения» и «ношеного» в соотношении с мультимодальными концептами дизайна (этому также посвящена статья Гилл и Меллик-Лоупс «Ношение: критическая рамка для оценки уже сделанного в дизайне», опубликованная в 2011 году в журнале *Design and Culture*). Совместно с Меллик-Лоупс и Деной Фам редактировала специальный выпуск *Journal of Design Research*, посвященный дизайну и социальной теории практик (выпуск 13–3 за 2015 год).

Франческа Граната – руководитель магистерской программы в области исследований моды и доцент Школы истории и теории искусства и дизайна в Школе дизайна Парсонса в Нью-Йорке. Основатель и редактор некоммерческого журнала *Fashion Projects* (*fashionprojects.org*). Этот проект, поддержанный Нью-йоркским Фондом искусств, получил гранты от Совета по культуре Нижнего Манхэттена и Департамента культуры города Нью-Йорка. Франческа Граната защитила докторскую диссертацию в колледже Сен-Мартинс Лондонского университета искусств и в разное время получала исследовательские стипендии от Лондонского университета искусств и Метрополитен-музея. Ее работы публиковались в журналах *Fashion Theory*, *Fashion Practice* и *Journal of Design History*, сборниках научных статей и каталогах выставок. Ее монография «Экспериментальная мода: искусство перформанса, карнавал и гротескное тело» вышла в издательстве I.B.Tauris в 2017 году (русский перевод – «Новое литературное обозрение», 2021).

Пол Джоблинг – преподаватель и научный сотрудник Школы гуманитарных наук в Университете Брайтона. Автор монографий «Модные развороты: слово и образ в фешен-фотографии после 1980 года», «Привлекательность мужчин: реклама, мужская одежда и модернизм»

и «Реклама мужской одежды: конструкции маскулинности и одежда в британских СМИ после 1945 года».

Вики Караминас – профессор и заместитель руководителя аспирантурой в Колледже художественного творчества Университета Мэсси (Веллингтон, Новая Зеландия). Совместно с Адамом Геци выпустила сборник «Мода и искусство», монографии «Квир-стиль» и «Модный двойник: репрезентации моды в искусстве, фотографии и кино». В соавторстве с Тони Джонсон-Вудс написала книги «Уличная мода Шанхая», «Уличная мода Сиднея» (также при участии Джастин Тейлор) и «Мода в массовой культуре» (при участии Джозефа Хэнкока). Совместно с Питером Макнилом выпустила сборники «Антология мужской моды» и «Воображаемая мода: одежда и текст в литературе, кино и телевидении». Вместе с Адамом Геци редактирует журнал *Australasian Journal of Popular Culture*.

Питер Макнил – профессор истории дизайна и заместитель декана по научной работе в Сиднейском технологическом университете, профессор исследований моды в Стокгольмском университете. Исследовательские интересы сфокусированы на культурной истории моды и ее взаимодействии с другими областями искусства, дизайна и материальной культуры. Опубликовал множество работ о моде, включая бестселлер «Обувь: от сандалий до кроссовок» (совместно с Джорджем Риелло, 2006; русский перевод – 2013). Также выпустил монографию «Роскошь: богатая история» в соавторстве с Джорджем Риелло (Oxford University Press, 2016) и пособие «Модная журналистика и критика: история, теория, практика» совместно с Сандой Миллер (Bloomsbury, 2014). Куратор самой масштабной на текущий момент выставки мужской моды – «Царство мужчин: мужская одежда и мода, 1715–2015», прошедшей в Музее искусств округа Лос-Анджелес в 2016 году. В июне 2014 года решением Академии Финляндии назначен почетным профессором истории костюма в Университете Аалто.

Дженис Миллер – старший преподаватель историко-культурных исследований в Лондонском колледже моды Лондонского университета искусств. Автор статей и рецензий о значимости моды для различных видов исполнительских искусств и перформанса, а также монографии «Мода и музыка». Также изучает, как соотносятся макияж, телесность и идентичность: например, статья «Краситься – мужественно», опубликованная в 2014 году в журнале *Critical Studies in Men's Fashion*, посвящена укрепляющимся связям между маскулинностью и макияжем. В настоящее время работает над исследовательскими проектами, рассматривающими культурное значение макияжа, а также взаимоотношения между модой и социальным классом.

Луэллин Негрин – старший преподаватель и координатор образовательной программы Теория искусства и дизайна в Колледже искусств Университета Тасмании (Австралия). Автор большого количества работ в области теории моды, включая книгу «Внешность и идентичность: стилизация тела в эпоху постмодерна». Ее статьи включены в различные антологии по теории моды, а также выходили в журналах *Theory, Culture & Society*, *Body & Society*, *Philosophy & Social Criticism*, *European Journal of Cultural Studies and Feminist Theory*. Ключевые темы ее исследований – роль искусства и художественных институций в культуре постмодерна, функция эстетики в повседневной жизни, теории моды и телесности.

Орели ван де Пер получила кандидатскую степень (PhD) по философии в Гентском университете и по социологии в Левенском католическом университете (Бельгия). В своих исследованиях она рассматривает политические аспекты модной журналистики XX–XXI веков. Ее статьи выходили в таких журналах, как *Fashion Theory*, *Cultural Sociology*, *The International Journal of Cultural Studies* и *Poetics*.

Аньес Рокамора – лектор по социологии и культурным исследованиям в Лондонском колледже моды Лондонского университета искусств. Автор книги «Одевая город: Париж, мода и медиа» (I.B. Tauris, 2009; русский перевод – «Новое литературное обозрение», 2017). Ее статьи, посвященные полю моды и модных медиа, публиковались в различных журналах, включая *Fashion Theory*, *Journalism Practice*, *Sociology* и *Journal of Consumer Culture*. Выступила

соредактором «Хрестоматии по исследованиям моды» и сборника «Модные медиа: прошлое и настоящее»; автор статей для сборников «Мировые столицы моды» и «Мода как фотография». Соредактор *International Journal of Fashion Studies*. В настоящее время изучает модные медиа в цифровой среде.

Аннеке Смелик – профессор визуальной культуры кафедры имени Катрин ван Мюнстер в Университете Неймегена (Нидерланды). Руководитель магистерской программы «Креативные индустрии». Соредактор сборников «От дельфтского синего до синих джинсов: современная голландская мода» (I.V. Tauris, 2016), «Инсценируя память в искусстве и популярной культуре»; «Научное воображаемое в визуальной культуре», «Технологии памяти в искусстве», «Единицы жизни: феминизм на пересечении медиа, биологических наук и технологий». Автор монографии «И зеркало треснуло: феминистский кинематограф и теория кино» и нескольких книг по-голландски по проблемам визуальной культуры, включая работу о киборгах в популярной культуре. Руководитель проекта в рамках исследовательской программы «Создавая носимую электронику: модные технологии» (2013–2018), спонсировавшейся Нидерландской организацией научных исследований.

Энтони Салливан – старший преподаватель историко-культурных исследований Лондонского колледжа моды. Автор статей и докладов по таким вопросам, как роль брендов в беспорядках в Англии в августе 2011 года и влияние класса на потребление тех или иных марок в старшем подростковом возрасте. Один из соавторов «Энциклопедии исследований потребления» под редакцией Тима Кука и Майкла Райана (издательство Wiley-Blackwell). Работает над монографией «Модные бренды: от индивидуальной идентичности к социальной».

Эфрат Цеелон – заведующая кафедрой теории моды в Школе дизайна Университета Лидса. Защитила кандидатскую диссертацию (PhD) на тему «Коммуникация посредством одежды» в Оксфордском университете и с тех пор работает в области критических исследований моды. Ее вклад в изучение моды связан со смещением фокуса внимания с дизайнерских изделий на обычную одежду. Взамен стереотипирующему подходу к изучению церемониальных нарядов она предложила «гардеробный подход» для исследования повседневной одежды, бросающий вызов представлениям о «языке одежды» как о наборе вещей с фиксированными значениями. Вместо этого предлагается мыслить «язык одежды» как процесс, в котором значения являются предметом договоренности и постоянного пересмотра. Цеелон инициировала запуск книжной серии по исследованиям моды издательства Intellect Books и является главным редактором журнала *Critical Studies in Fashion & Beauty*. В своих книгах «Маска женственности» (1995) и «Маскарад и идентичности» (2001) она разработала теорию моды как идеологии гендерного конструирования и маскарада как технологии критики идентичности. В «Этике моды» (2013) она проанализировала этическую моду как идеологический дискурс.

Джейн Тайнан – преподаватель колледжа Сен-Мартинс Лондонского университета искусств. Автор работ по различным вопросам из области искусства, дизайна, моды и телесности. В книге «Британская военная форма и Первая мировая война: мужчины в хаки» рассматривает социальное значение униформы, которую носили британские военные на Западном фронте; каким образом одежда цвета хаки транслировала значения, связанные с гендером, классом и этническим происхождением, влияла на портновское дело и превратилась в краеугольный камень пацифистского сопротивления. Ее нынешнее исследование посвящено эстетическим практикам, созданным в ходе и в целях гражданского неповиновения и мятежей. Этому будет посвящена ее следующая книга «Образы восстания».

Элизабет Уиссингер – доцент социологии в Муниципальном колледже района Манхэттен Городского университета Нью-Йорка, преподаватель исследований моды в магистратуре Городского университета Нью-Йорка. Изучает моду, технологии и телесность. Ее исследования были удостоены различных наград и грантов, включая две стипендии Фонда Меллона, полученные в рамках работы в Центре гуманитарных исследований и в Центре междисци-

плинарных исследований науки в Городском университете Нью-Йорка. В число ее публикаций входит статья о моде и режимах визуализации, написанная для сборника «Модные медиа: прошлое и настоящее», и статья для *Journal of Consumer Culture* под названием «Модели потребления: работа моделью в современном обществе», где рассматривается связь моды и брендинга. Совместно с Джоан Энтуисл выступила редактором сборника «Фешен-модели для сборки: образ, текст, индустрия». Вместе с Еудженией Пауличелли редактировала тематический выпуск феминистского журнала *Women's Studies Quarterly*, посвященный моде. Написав монографию о гламурном труде моделей, в дальнейшем планирует заниматься исследованием носимых устройств и связанных с ними проблем оптимизации тела с расширения его возможностей.

Джоан Энтуисл – старший преподаватель направления «Культурные, креативные и медиаиндустрии» в Королевском колледже Лондона. Автор множества работ о моде, одежде и теле, в том числе книг «Модное тело: мода, костюм и современная социальная теория» и «Эстетическая экономика: рынки и ценность в одежном и модельном бизнесе». В настоящее время занимается исследованием света как аспекта материальной культуры в рамках проекта «Конфигурации света на социальной сцене».

Мода как предмет философского осмысления **АНЬЕС РОКАМОРА И АННЕКЕ СМЕЛИК**

Мыслить – вот что значит путешествовать¹.
(Deleuze & Guattari 1987: 482)

Часть 1. Теоретизация моды

Роль чадры в формировании идентичности современной женщины-мусульманки; способы репрезентации женственности в журналах мод; культурологические аспекты истории мужского нижнего белья; причины популярности фешен-блогов; первые подиумные показы как метафора модерности; креативная экономика и интеграция африканских стилей в глобальный круговорот моды – это лишь малая часть из множества тем, уже ставших предметом академических исследований (см., к примеру: Lewis 2013; Jobling 1999; Cole 2009; Rocamora 2012; Evans 2013; Rabine 2002); меж тем массив научной литературы, посвященной вопросам моды, постоянно растет. Все эти тексты объединяет стремление авторов придать моде рациональный смысл, выявить, проанализировать и понять социальные и культурные механизмы, стоящие за эволюцией моды, одежды и человеческой внешности как таковой. В наше время мода действительно стала значимым объектом исследования для социологии и культурологии, многогранность и неоднородность которого привлекает многих ученых. Погружаясь в эту сферу и рассматривая ее слой за слоем, они доказывают, что мода может служить основанием для обсуждения ключевых социальных и культурных проблем – от практик производства и потребления до политики идентичности.

Осмысление моды, как и любого культурного явления или опыта, – это весьма непростая, но и не менее увлекательная задача для ума. Ее решение требует критической переработки обширного массива теорий и концепций, многие из которых сформулированы мыслителями, рассматривавшими в своих трудах какие угодно культурные сферы, но только не моду. Цель нашей книги – оказать теоретическую поддержку читателям, вовлеченным в процесс осмысления моды. Мы надеемся, этот сборник поможет уяснить, что опора на социологические и культурологические теории уместна и необходима для понимания различных аспектов моды, одежды и материальной культуры, и наоборот – что мода, одежда и материальная культура во всем разнообразии своих проявлений могут не только рассматриваться в контексте социальных и культурных теорий, но и способствовать их развитию. Маршрут к поставленной цели проложен через ключевые пункты – это труды избранных, действительно великих мыслителей, в которых есть некое концептуальное или идейное зерно, способное принести плоды на поле теории моды; там, где для этого есть основания, обсуждается, какое преломление эти идеи и концепции уже находили в работах авторов, пишущих о моде, а также рассматриваются другие возможности их интегрирования в эту исследовательскую область.

В нашей книге слово «мода» используется в самом широком смысле, объединяющем представления об одежде, внешности и стиле. В нашем понимании, мода – это часть материальной культуры и символическая система (Kawamura 2005). Это и прибыльная индустрия, занимающаяся производством и сбытом вполне материальных потребительских товаров, и социокультурная сила, активно задействованная в динамических процессах, характерных для

¹ Делёз Ж., Гваттари Ф. Тысяча плато: Капитализм и шизофрения / Пер. с фр. Я. И. Свирского. Екатеринбург: У-Фактория; М.: Астрель, 2010. С. 819. – *Прим. пер.*

модерности и постмодерна, и нематериальная знаковая система. Мода состоит из вещей и знаков, мода – плод индивидуальных и коллективных усилий, всех ее агентов объединяют практики производства, потребления, дистрибуции и репрезентации. Исследования моды неизбежно охватывают широкий круг вопросов – от производства до потребления, включая смысловые системы и практики означивания; соответственно, работающим в этой области ученым необходима обширная теоретическая и методологическая база, использующая инструментарий множества дисциплин. Поэтому нет ничего необычного в том, что исследования одежды, модных стилей и человеческой внешности как таковой, которыми вплоть до начала 1980-х годов занимались в основном историки костюма, искусствоведы и музейные кураторы, привлекли внимание антропологов, лингвистов и культурологов (Burman & Turbin 2003; Mora et al. 2014). Взаимодействие с культурологией (cultural studies) значительно способствовало расширению области исследований моды, которая в результате вобрала в себя более общие социальные, культурные и экономические вопросы (Breward 2003). Специфика культурологических исследований такова, что они всегда оказываются междисциплинарными, и большинство теорий, которые будут обсуждаться в этой книге, оставили тот или иной след в современной культурологии.

Значение самого термина «исследования моды» постепенно становилось все более широким, и теперь он объединяет множество исследовательских направлений, связанных с разными научными дисциплинами – историей (включая историю костюма), философией, социологией, антропологией, культурологией, а также с феминистской (women's studies) и теорией массовых коммуникаций (Mora et al. 2014). В контексте исследований моды оказались востребованными самые разные подходы, от объектно ориентированных, то есть сосредоточенных на материальных аспектах моды, до социокультурных, нацеленных на выявление подоплеки актуальных для моды процессов и явлений, таких как глобализация, постколониализм, а также связанных с анализом ее нематериальных аспектов, к примеру той роли, которую она играет как креативная индустрия (о глобализации моды см.: Maynard 2004; Rabine 2002; о постколониализме – Hendrickson 1996; Root 2013; о месте моды в ряду креативных отраслей – Rantisi 2004; Santagata 2004).

Таким образом, исследования моды по определению являются междисциплинарной областью. Даже специализируясь в какой-то одной дисциплине, допустим, в истории изобразительного искусства или в материальной антропологии, современный ученый нуждается в знаниях и сведениях, почерпнутых из смежных дисциплин, а значит, должен иметь о них достаточно ясное представление. Эта книга поможет студентам и специалистам сориентироваться в многообразии предпосылок, от которых можно отталкиваться в процессе осмысления моды. Когда исследователь решает сосредоточиться на изучении определенного аспекта моды, например выбирая между производством и потреблением или между способами репрезентации в массмедиа и материальностью одежды, жизненным циклом вещей, он должен найти соответствующий содержанию работы методологический подход и теоретическую базу, чтобы обеспечить эффективный сбор необходимой информации и должным образом ее интерпретировать. Представленная в книге оценка избранных концепций и теорий в контексте исследований моды открывает перед читателями широкую перспективу, позволяющую выбрать теоретические ориентиры, которые будут способствовать более глубокому и более критичному осмыслению моды.

Мысль, ставшая краеугольным камнем в фундаменте этой книги, состоит в том, что благодаря великим теоретикам прошлых поколений мы располагаем бесценным арсеналом средств, необходимых для осмысления моды, а путь к пониманию ее феномена лежит через теоретический анализ. Согласно определению, данному Дэвидом и Джулией Джери в «Большом социологическом словаре» (Collins Dictionary of Sociology), теория – это «совокупность гипотез или суждений, связанных логическими или математическими аргументами, которые

направлены на объяснение некоей области эмпирической реальности или определенного рода явления» (Jary & Jary 1995: 686). Таким образом, теоретически осмыслить моду – значит сформировать суждения и аргументы, способствующие лучшему пониманию ее логики и проявлений. Задача теории – объяснить суть многочисленных практик (Williams 1983), обеспечивающих существование моды: практик репрезентации, производства и потребления.

Для противников теории ее интеллектуализм – это повод раскритиковать ее абстрактность, оторванность от реальной жизни. Однако, как заметил Терри Иглтон, «в действительности сложность теории проистекает не из ее изощренности, а из чего-то прямо противоположного – так как для ее понимания нам необходимо вернуться в детство, отвергнув то, что кажется само собой разумеющимся, и отказавшись принимать на веру хитроумные ответы движимых лучшими побуждениями старших» (Eagleton 1990: 34–35). Иными словами, и студенту, и специалисту, не первый год занимающемуся вопросами моды, необходимо время от времени освобождать разум от предубеждений и ставших общим местом идей, чтобы получить возможность окинуть поле исследования свежим, незамутненным взглядом. Вот почему знакомство с различными теориями может способствовать лучшему пониманию модных процессов. Рассматривая моду сквозь призму теории, мы уже не можем воспринимать ее проявления как нечто самоочевидное и естественное – у нас появляются вопросы, и в результате нам удается установить критическую дистанцию, необходимую для того, чтобы увидеть и в полной мере оценить сложность, многогранность и многоуровневость моды. Например, в главе 16 Джоан Энтуисл демонстрирует, как понятие «актант» в интерпретации Бруно Латура может помочь нам переосмыслить роль не-человеческих участников в создании моды. А в очерке Франчески Гранаты, посвященной Михаилу Бахтину (глава 6), его концепция гротеска представлена как ключ к пониманию трансгрессивной природы современного экспериментального дизайна. В свою очередь, Аньес Рокамора в главе 14 показывает, как теория полей Пьера Бурдьё возвращает нам утраченное понимание того, что творчество – это коллективный процесс, а модная коллекция не плод воображения отдельно взятого индивида, способного обходиться без поддержки социума, но продукт, созданный в результате взаимодействия различных социальных, экономических и культурных сил. В главе 4 Питер Макнил предлагает взглянуть на моду глазами теоретика повседневности Георга Зиммеля, чтобы увидеть дуализм ее логики, вызывающей в человеке желание походить на других и вместе с тем выделяться на их фоне, или, говоря иными словами, чтобы понять, что мода одинаково приветствует и единообразие, и различия.

Наличие теоретической базы подразумевает глубокое знание составляющих ее концепций и умение применять их в анализе и интерпретации предмета исследования. Как заметил Чарльз Райт Миллс, «„Теория“ прежде всего требует самого пристального внимания к используемым словам, и особенно к тому, насколько общий смысл они имеют и в каких логических отношениях состоят друг с другом» (Mills 2000: 120). Действительно, авторы теорий обычно оперируют некоей «специальной терминологией» (Hills 2005: 40). Как правило, это терминология той дисциплины, в рамки которой укладывается теория. Наша книга посвящена социкультурным теориям – тем, что вдохновляют мыслителей в области гуманитарных и социальных наук, таких как история, философия, социология, культурология и исследования медиа.

Границы между дисциплинами не всегда бывают строгими и четко обозначенными, и работы многих мыслителей могут быть отнесены не к одной, а сразу к двум областям знания. Например, Мишеля Фуко называют историком, но также и философом. Пьер Бурдьё на заре своей карьеры занимался антропологией, но затем нашел себя в социологии, и на его научное мышление оказали влияние обе дисциплины. Таким образом, на практике теоретические исследования нередко требуют обращения к нескольким родственным дисциплинам и связанным с ними концепциям. Изучая работы мыслителей, чьи имена упоминаются в этой книге, можно обнаружить, что они находятся в некоем соотношении или в диалоге с другими теориями и идеями, концепциями и аргументами, заимствуемыми, чтобы поддержать заявленную

точку зрения и расширить понимание того или иного феномена. Теории не рождаются в вакууме. Невозможно построить аргументацию на пустом месте, необходим критический диалог с уже существующими теориями. Кроме того, у всех настоящих теорий есть общая цель – «предложить новые инструменты для осмысления мира» (Barker 2011: 37–38). Как выразился Мишель де Серто, «несмотря на иллюзию чистого листа, мы всегда пишем на уже написанном»² (de Certeau 1988: 43).

Еще и поэтому теоретические труды «всегда отсылают читателя к целому ряду текстов помимо того, с которым он имеет дело в данный момент, указывая на существование обширной интертекстуальной сети, объединяющей взаимосвязанные материалы» (Hills 2005: 39). Эта сеть имеет пространственную протяженность – ведь родственные теории можно найти во многих книгах и журналах, – а также охватывает разные временные периоды. Например, работы Карла Маркса, написанные еще в XIX веке, находят отражение в трудах авторов, принадлежащих к последующим поколениям; в частности, Маркс оказал влияние на Пьера Бурдьё и Жана Бодрийяра. Заметим, что Бодрийяр в своих ранних текстах цитировал работы Мишеля Фуко, но в более поздний период от них отошел (Best & Kellner 1991). В работах Жиля Делёза обнаруживается влияние теории Михаила Бахтина; а мысль Джудит Батлер питают идеи психоанализа и теория дискурса и истины Фуко. Теории и концепции авторов прошлого продолжают жить в работах наших современников.

Поскольку наша книга выстроена вокруг представления об отдельных мыслителях как субъектах истории, мы следовали простому хронологическому принципу, расставляя главы согласно очередности дат рождения титульных фигур. Несмотря на то что идея линейного движения вдоль временной оси позволяет достаточно точно уловить контекст и нащупать истоки некоторых теорий и концепций, она препятствует пониманию того, что прошлое и настоящее всегда пересекаются в практике построения теории. Поэтому наши авторы, знакомя читателя с избранными теориями в их историческом обрамлении, также стремятся подчеркнуть тот факт, что идеи и концепции, образно говоря, имеют склонность к перекрестному опылению. Таким образом, книга демонстрирует, насколько близки друг другу могут быть мыслители, которых во времени разделяют целые исторические периоды (мы еще вернемся к этому в следующем разделе вводной главы, когда будем говорить о теоретических направлениях и вехах их развития).

Авторы, живущие в одно и то же время, могут идти к признанию и славе разными путями и в разных скоростных режимах. И мы должны помнить о том, что некоторые из них снискали известность и приобрели авторитет в научном мире раньше, чем их старшие коллеги. Кроме того, момент, когда та или иная работа вызывает резонанс в научном сообществе, может быть удален во времени от того момента, когда она была написана. То же касается переводов на другие языки. К примеру, самые известные сегодня работы Михаила Бахтина были написаны в России в 1930–1940-х годах, но Западная Европа узнала о них только в 1960-х. Другой пример – работы французских постструктуралистов, в первую очередь Мишеля Фуко и Жака Деррида, которые получили всемирную известность после того как были переведены и изданы в Америке. Этот феномен получил название «трансатлантическое соединение» (transatlantic connection), хотя правильнее было бы «рассоединение» (disconnection) (Stanton 1980), а также иногда упоминается как «кочующие теории» (travelling theorie) (Said 1982). В разных странах один и тот же теоретический труд может быть издан и признан в разное время, в зависимости от интеллектуальных трендов, возможности осуществить перевод, а также от социальных и культурных факторов, имеющих вес на той или иной территории. Такого рода асинхронность неустранимо присутствует внутри линейной хронологии, основанной на датах рождения. Как

² Цит. по рус. изд.: Де Серто М. Изобретение повседневности: Искусство делать / Пер. с фр. Д. Калугина, Н. Мовниной. СПб.: Изд-во Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2013. С. 121. – *Прим. ред.*

будет видно из следующего раздела главы, несмотря на то что сами авторы теорий могут быть разнесены во времени, их идеи и концепции могут их сближать и находить единое продолжение в работах других мыслителей.

Историческое время, как заметила Кэролайн Эванс, продолжая мысль Вальтера Беньямина, «не плавно течет из прошлого в настоящее, а <...> сложным образом петляет, меняя направление: так, прошлое актуализируется, когда в него вторгается настоящее» (Evans 2000: 104). То же самое можно сказать и о теориях; в них, как и в историческом времени, происходит «взаимопроникновение старого и нового» (Беньямин, цит. по: Evans 2000: 102). Таким образом, читатель, если он так решит, может прочитать книгу последовательно, от начала до конца, или сразу же приступить к любой заинтересовавшей его главе, или перескакивать от главы к главе (от Маркса к Бодрийяру, от Фрейда к Батлер), пропуская главы, которые их разделяют. Какой бы порядок ни избрал читатель, по мере освоения материала он будет все более отчетливо видеть затейливые петли интеллектуальной истории, поскольку, собранные вместе, статьи из этой книги представляют теорию как некое созвездие идей и концепций, которые дрейфуют во времени и пространстве, оставляя следы разной глубины и конфигурации в работах многих авторов.

Дидактическая организация, к которой мы прибегли, – деление книги на главы, каждая из которых посвящена одному автору, – имеет целью акцентировать внимание на ценности идей и концепций, сформулированных каждым из этих мыслителей, для понимания сферы моды, одежды и материальной культуры. С другой стороны, мы стремились продемонстрировать значимость модных феноменов для критического осмысления интеллектуального наследия данных теоретиков. Взяв на себя редакторские обязанности, мы прекрасно осознавали, что составление сборника всегда подразумевает тщательный отбор материала, а значит, нам придется решать, что должно войти в книгу, а от чего следует отказаться. Этот сборник нельзя назвать универсальным или всеобъемлющим, скорее представленные в нем материалы носят выборочный характер. Мы решили сосредоточиться на работах авторов, чьи взгляды и концепции являются важными составляющими ядра современной западной социальной и культурной теории и вместе с тем уже оказали и продолжают оказывать существенное влияние на осмысление феномена моды. Таким образом, эта книга знакомит читателя с теориями, которые, как мы полагаем, в данный момент времени наиболее актуальны для выполнения увлекательной и ответственной работы по осмыслению моды.

Все теории, включенные в эту книгу, как и их авторы, являются продуктом западной традиции мышления и научного познания мира, прочно связанной с западной модерностью. Новые тенденции социального, культурного и экономического развития, постепенно набиравшие силу в XVII и XVIII веках и по-настоящему проявившие себя по мере упрочения достижений Промышленной революции в XIX веке, потребовали новых подходов к осмыслению и теоретическому описанию мира. Мыслители, ставшие живыми свидетелями этого переворота, такие как Карл Маркс и Георг Зиммель, пытались выявить смысл происходящих в обществе изменений и сформулировать теорию, с помощью которой можно было бы внятно объяснить суть, причины и последствия столь резкой смены образа жизни. Некоторые из теоретиков XIX века обратились и к теме моды, поскольку она сама по себе рассматривалась как одна из парадигм модерности. К примеру, Зиммель посвятил моде целое эссе (Simmel 1971). А знаменитое определение Шарля Бодлера, охарактеризовавшего реальность новой эпохи тремя словами: «эфемерная, ускользающая, непредсказуемая»³ (Baudelaire 1999: 518), – вполне применимо к

³ В русском переводе эссе Бодлера «Поэт современной жизни», о котором здесь идет речь, выбраны иные прилагательные: согласно этой версии текста, современность «составляет переходную, текучую, случайную сторону искусства» (Бодлер Ш. Об искусстве / Пер. с фр. Н. И. Столяровой и Л. Д. Липман. М.: Искусство, 1986. С. 292). – *Прим. ред.*

моды; и Бодлер действительно считал, что мода прекрасно передает дух современности (Evans 2003; Lehmann 2000; Rocamora 2009; Vinken 2000).

Тем не менее то, что мода рассматривалась как часть парадигмы западной модерности, не означает, что она всецело принадлежит западному миру и не может выйти за его пределы (Mora et al. 2014; Niessen et al. 2003; Rabine 2002). В действительности в глобальном мире одновременно сосуществуют множественные модерности (Eisenstadt 2000). Целый ряд исследователей (Chakrabarty 2000; Gaonkar 2001; Gilroy 1993) ставят под сомнение критерии – темпоральные и географические ориентиры, – исходя из которых традиционно выстраивается последовательность, объединяющая досовременные или несовременные эпохи, модерность и постмодерн в единую линию развития. Такого рода работы указывают на сосуществование многих форм модерности не только в глобальном масштабе, но и в пределах одной страны, в самом сердце колониальной империи. Так, Элизабет Уилсон в книге «Облаченные в мечты»⁴ (Wilson 2003) продемонстрировала, насколько неравномерной была европейская экспансия моды.

В силу того что мы сосредоточили внимание на западных мыслителях, чьи идеи и теории занимают центральное место в научных дискурсах, связанных с западной модерностью и выросшим на ее почве феноменом моды, книга в основном посвящена именно западной моде. В свою очередь, профессиональные знания большинства теоретиков моды, статьи которых собраны в этой книге, относятся к западным практикам производства и потребления моды. Наши авторы преимущественно являются сотрудниками американских, британских или иных западных культурно-образовательных учреждений, и английский – их родной язык; и это еще сильнее смещает фокус сборника в сторону западных реалий. Тот факт, что изначально мы были нацелены на англоязычную читательскую аудиторию и не собирались обращаться к помощи переводчиков, побудил нас пригласить к сотрудничеству только авторов, свободно пишущих на английском языке, что, конечно же, сузило географический охват⁵. И мы надеемся, что в дальнейшем появятся книги, которые смогут пролить свет на то, как мода может быть отражена в системе научно-философских взглядов, не ограниченных предпосылками западной модерности.

Теоретические направления и вехи их развития

Мыслительный процесс – выдвижение, проверка и критическая оценка теорий – происходит в определенном контексте; как уже было сказано выше, теории не рождаются в вакууме. В этом разделе мы намерены вписать ключевые теории в более широкий контекст, в котором циркулировали и из которого выкристаллизовались лежащие в их основе идеи. В рамках социальной и культурной теории традиционно существует своего рода классификация – разделение на направления, течения или школы, к которым могут быть причислены мыслители, работавшие в разные исторические периоды и в разных академических областях. Примеры таких течений – марксизм, феминизм, структурализм. Поскольку в основе формирующейся области исследований моды лежит теоретическая рамка культурологии (Breward 1995; Breward 2003), мы проследим развитие теории, выбрав именно эту науку за отправную точку. Культурология вобрала в себя опыт многих дисциплин, но особую роль в ее становлении сыграли критическая теория, теория культуры и целый ряд теорий языка (Cavallaro 2001; Barker 2011).

Лингвистический поворот

⁴ См.: Уилсон Э. Облаченные в мечты. М.: Новое литературное обозрение, 2012. – *Прим. пер.*

⁵ Чтобы привлечь внимание к проблеме доминирования английского языка в области исследований моды и способствовать ее большей интернационализации, группа энтузиастов, в которую входят Аньес Рокамора (одна из составительниц и редакторов этой книги), Эмануэла Мора и Паоло Волонте, учредила International Journal of Fashion Studies, тематический научный журнал, в котором публикуются статьи на разных языках.

Отправной точкой нашего маршрута станет наследие Ролана Барта. Он первым из теоретиков применил методы структурной лингвистики для исследования явлений массовой культуры, тем самым направив в новое русло идеи, берущие начало в работах Фердинанда де Соссюра (Saussure 1996), родоначальника семиотики, науки о знаках (от греческого *semeion* – знак). Знак, мельчайший элемент, являющийся носителем значения, состоит из двух компонентов: 1) означающего (англ. *signifier*; фр. *signifiant*) – материального носителя значения и 2) означаемого (англ. *signified*; фр. *signifié*) – содержания, на которое указывает знак. Согласно семиотике Соссюра, означающее и означаемое образуют бинарную оппозицию; однако подчеркивается, что отношения между ними достаточно произвольны: не существует предопределенной внутренней связи между звучанием/написанием слова и объектом, который это слово обозначает (более подробное объяснение вы найдете в главах, посвященных Барту и Бодрийяру). Этот акцент на произвольном характере знака помогает уяснить, что текст – или изображение, музыкальное произведение, предмет одежды – это условность, плод усилий человека, наделяющего эту условную конструкцию неким содержанием, не присущим ей естественным образом.

Подход Барта тесно связан с так называемым лингвистическим поворотом. Этот термин ввел в обиход американский философ Ричард Рорти (Rorty 1967). Он утверждал, что лингвистический поворот ознаменовал смену парадигмы в западной системе научно-философской мысли, благодаря чему лингвистика, семиотика, риторика и другие текстуальные модели сформировали важнейший алгоритм для критической оценки произведений современного искусства и культуры. Семиотика Соссюра помогла разработать методы структуралистского анализа «грамматики» любой системы, и Барт был первым, кто применил их к моде. Результатом этого эксперимента стала его книга «Система моды», написанная еще в первой половине 1950-х годов, но в английском переводе впервые опубликованная в 1967 году (Barthes 1990). Затем, уже с большим успехом, он применял эти методы к любым явлениям массовой культуры, и этот опыт описан в книге «Мифологии» (Barthes 1973). Лингвистический поворот привел к тому, что любая знаковая система, будь то реклама, одежда, кинематограф, художественная литература и даже гастрономия, стала рассматриваться как объект семиотической трактовки; примеры можно найти в трудах о мифе антрополога Клода Леви-Стросса, в уже упомянутых книгах Ролана Барта и в работах теоретика кино Кристиана Меца (Sim 1998).

Таким образом, для структуралистов и постструктуралистов центральным стало представление о том, что в основе значения лежит языковая парадигма, и самый большой вклад в развитие этой идеи внесли французские мыслители в 1960–1970-х годах. Некоторым из них посвящены отдельные главы нашей книги; это Ролан Барт, Жан Бодрийяр, Жак Деррида и Мишель Фуко. Русского мыслителя Михаила Бахтина иногда называют одним из их предшественников, а современного американского философа Джудит Батлер, очевидно, можно отнести к числу последователей данной традиции; тогда как французский философ-постструктуралист Жиль Делёз, скорее, был противником идеи проецирования языковой парадигмы на все культурные явления. Мыслители, чьи труды связывают с лингвистическим поворотом, утверждали, что все знаковые системы структурированы согласно тем же принципам, которые лежат в основе языковой грамматики. Но пока Барт пытается разобраться в «грамматике» моды (Barthes 1967), а Мец в «грамматике» кино (Metz 1982), Фуко разрабатывает собственную концепцию дискурса, позволяющую подступиться к анализу отношений власти и истины (Foucault 1990; Foucault 2004). Согласно психоаналитическим теориям Жака Лакана, даже человеческое бессознательное структурировано подобно языку (Lacan 1977).

Лингвистический поворот привел к тому, что внимание к смысловым структурам распространилось за пределы области исследования письменных текстов – объектами текстуального прочтения сделались изображения, музыка, архитектура и мода. Такой подход открыл совершенно новую область – исследования массовой культуры, поскольку отныне семиотический анализ стал применяться в отношении любых практик означивания или, говоря словами

Реймонда Уильямса, в отношении «культуры как целостного образа жизни» (Williams 1958). Как показал Барт в своей книге «Мифологии», и реклама итальянских макарон, и гламурное фото Греты Гарбо, и новый Citroen – любая вещь является носителем значения, которое было определенным образом закодировано, а следовательно, может быть и расшифровано (Barthes 1973). Никогда прежде массовую культуру не рассматривали как сложное явление. Барт совершил настоящий прорыв, когда попытался подвергнуть анализу не только высокую, но наравне с ней и популярную культуру и тем самым расшатал строго разделявшую их границу. И это действительно одно из главных событий, определивших будущую направленность и характер культурологических исследований (более подробно изучить историю вопроса помогут: Grossberg et al. 1992; During 1993; Storey 1996).

Политика постструктурализма

Трудно обозначить дату или провести разделительную черту, на которой заканчивается структурализм и начинается постструктурализм. Правильнее было бы сказать, что одно направление постепенно перетекало в другое. Ролан Барт шел и тем и другим путем: в «Системе моды» он предстает структуралистом, но в эссе «Удовольствие от текста» и в книге «Фрагменты любовной речи» он показал себя истинным постструктуралистом (Barthes 1967; Barthes 1973; Barthes 1977).

В постструктуралистских представлениях язык также занимает центральное место; однако постструктуралисты отвергают идею неизменной позиции субъекта, идею структурообразующих бинарных оппозиций и идею универсальной истины (Barker 2011: 84). К примеру, Жак Деррида выстраивает свою деконструктивистскую теорию исходя из того, что неустойчивость заложена в самой природе языка и значения, характеризующейся бесконечными отсрочками и смещениями (Derrida 1976). Франсуа Лиотар провозглашает конец «великих рассказов», утверждая, что идеологии утратили авторитет и больше не способны претендовать на истинность и обещать светлое будущее (Lyotard 1984). Нарративы по-прежнему могут заключать в себе универсальные, обобщающие «великие» сюжеты, но мы больше не верим в правдивость этих историй. И Барт (Barthes 1967), и Фуко (Foucault 1969) объявили о «смерти автора»: авторский замысел перестал быть единственным авторитетным источником значений, предоставив читателю право как угодно резвиться на просторе. Утрата веры в «великие рассказы» и провозглашение «смерти автора» хронологически совпадают с расцветом многих прежде угнетенных и маргинализованных групп, которые начиная с 1960-х годов отстаивают собственные самобытные сюжеты; к таким группам можно отнести молодежь, женщин, чернокожих, геев и лесбиянок, постколониальные общности и тех, кто объединял в себе несколько подобных категорий (Woods 1999). Как следствие, людей стали интересовать малые, фрагментированные сюжеты, заключающие в себе «частные истины» и «ситуативные знания», как это назвала бы Донна Харауэй (Haraway 1988). Возможности – или трудности (определение зависит от точки зрения) – выбора, связанные с потребностью в адекватных способах самовыражения, позволяющих голосу каждого меньшинства отчетливо звучать среди других, имеют нечто общее с тем, что мы наблюдаем сегодня в мире моды, когда дизайнеры, взращенные западной культурой, обнаруживают, что плоды их труда и их имя продается лучше, если их преподнести под соусом определенных представлений о культурной аутентичности (Eicher 1999; Kondo 1997; Niessen et al. 2003).

Постструктурализм идейно подпитывали революционные события, начавшиеся в мае 1968 года в Париже и волной прокатившиеся по всему миру. Теории, отпочковавшиеся от лингвистики, такие как семиотика, развивались, вбирая в себя принципиально новые интерпретации работ Маркса и Фрейда. Продуктивные попытки сочетать марксизм с психоанализом предпринимались и ранее, в 1940–1950-х годах, представителями Франкфуртской школы – Вальтером Бенямином, Максом Хоркхаймером и Теодором Адорно; и после событий 1968

года эта идея вновь обрела последователей. Важно понимать, что многих французских мыслителей вдохновлял марксизм, хотя все они (правда, спустя годы) заявляли о том, что никогда не поддерживали диктаторские коммунистические режимы. Британская Бирмингемская школа культурных исследований (Birmingham School of Cultural Studies) идеологически также держалась левого крыла; это объясняет, почему в работах ее представителей при анализе явлений массовой культуры на первый план неизменно выходят классовые проблемы (Williams 1958; Hall 1997). У постструктуралистского проекта была мощная политическая подоплека – стремление объяснить «культурную логику капитализма» (здесь мы цитируем знаменитый подзаголовок книги Фредрика Джеймисона «Постмодернизм»; Jameson 1991), а также высвободить сексуальность, безжалостно подавляемую буржуазной моралью. Сочетание семиотики, марксизма и психоанализа образует неповторимый сплав, из которого можно выковать весьма эффективные орудия для выявления и исследования смыслов и идеологических доктрин, господствующих в массовой культуре.

Новый взгляд на психоанализ, который возник в первую очередь благодаря Жаку Лакану, радикально переосмыслившему теории Зигмунда Фрейда (Lacan 1977), был призван положить конец убежденности в том, что человек – это самодостаточный, осознающий себя субъект. Веком ранее Маркс критиковал идею индивидуального самоопределения, настаивая на том, что каждый человек является продуктом взаимодействия сил труда и капитала (Marx 1990; Sturken & Cartwright 2009: 100). Фрейд, в свою очередь, объяснил, что субъект чаще подчиняется не рациональным волевым побуждениям, а желаниям и порывам, возникающим в области бессознательного (Freud 1964). Лакан пошел еще дальше и заявил, что субъект всегда, с самого момента рождения, пребывает в состоянии радикального внутреннего раскола (Lacan 1977).

Хотя кому-то такая формулировка покажется негативной, можно утверждать, что в совокупности марксистская социально-экономическая теория и теория психоанализа дали жизнь новой концепции, в которой идентичность перестала быть неизменной сущностью, данной человеку с рождения Богом, природой или судьбой. Идентичность, гибкая и динамичная, – это социальный конструкт, то есть нечто «изготовленное» в процессе сложного взаимодействия между индивидом и обществом, между природой и культурой; а следовательно, ее можно изменить и даже преобразить. Появление данной концепции способствовало развитию политически окрашенных течений, нацеленных на радикальное изменение общественного устройства, таких как феминизм или исследования африканской культурной идентичности (black studies) и постколониализма (Irigaray 1985; Trinh 1989; Gilroy 1993). Кроме того, эта концепция заострила внимание на противоречивых желаниях, к которым апеллирует массовая культура (Berger 1995), и позволила обоснованно критиковать нормы, установленные буржуазной моралью, и особенно гетеронормативность (Butler 1990; Braidotti 1991). Таким образом, расширились границы понятия «идеология», прежде ассоциировавшегося только с классовым сознанием; теперь с ним начали связывать категории «расы», этнической принадлежности, гендера и даже сексуальности (Hutcheon 1989; Hooks 1990; Hooks 1992). Идентичность все чаще стали рассматривать как нечто подвижное и гибкое, не имеющее какого-либо сущностного ядра (Sim 1998: 367); и эта концепция будет обсуждаться в нашей книге в главах, посвященных Жиллю Делёзу и Джудит Батлер.

Постструктуралистская теория существенно повлияла на развитие социальных и гуманитарных наук; с наибольшим энтузиазмом на нее откликнулись новые отрасли: гендерные исследования, исследования проблем постколониализма, культурология, медиаведение. Чуть менее очевидно ее влияние на исследования моды. С тех пор как в представлениях теоретиков идентичность стала зависеть от «флуктуации личностных свойств и вкусов» (Lipovetsky 1994: 148–149), манера одежды и связанные с ней телесные практики стали рассматриваться как важное средство конструирования идентичности. Как утверждает Жиль Липовецкий, в результате фрагментации и изменения структур модерна в современном обществе вели-

кие рассказы новейшей эпохи заместила логика моды и потребления (Lipovetsky 2005: 11–12); прежде эту мысль уже высказывал Жан Бодрийяр. Постструктуралистская концепция гибкой и подвижной идентичности получает подкрепление благодаря динамичности моды, которая позволяет людям постоянно обновлять определение собственной идентичности (Ibid.: 84). По словам Фреда Дэвиса, смысл современной моды характеризуется «поразительной, чтобы не сказать шокирующей, неопределенностью» (Davis 1992: 7). Но если Липовецкий и Дэвис, как и многие другие теоретики моды, относятся к ее неоднозначности и эфемерности с энтузиазмом, то у социолога Зигмунта Баумана сложилось более критическое отношение к текучести постмодернистской культуры. Он с сожалением говорит об «изменчивости и непостоянстве всех или большинства форм идентичности»⁶ (Bauman 2000: 83). Наиболее сомнительной ему видится ключевая роль, которую потребление играет в формировании идентичностей в контексте структур влияния моды на общество и культуру, что идейно сближает Баумана с Барбарой Крюгер, автором знаменитой картины «I shop, therefore I am» («Я покупаю, следовательно, существую», 1987). Таким образом постмодернизм, с характерным для него непостоянством идентичностей и «плавающими» значениями, вызывает столь же неоднозначные оценки в интеллектуальной среде – от энтузиазма до глубокого скепсиса; но мода безусловно принимает его бессистемные условия игры и становится в этой игре непревзойденным экспертом (Baudrillard 1993).

Старый и новый материализм

По мнению Ричарда Рорти, лингвистический поворот ознаменовал смену парадигмы в западной философии. Столь резкий переход от одной парадигмы к другой – явление довольно редкое – Рорти отмечает всего три за всю историю западной философии: рождение философии, связанное с потребностью объяснить природу *вещей* (Античность); переход от суждений о природе *вещей* (Античность и Средневековье) к *идеям* (XVII–XIX века); переход от философии *идей* к философии *слов* (XX век). Однако сейчас настало время, когда поворотные моменты следуют один за другим, быстрее, чем появляются книги, их описывающие: визуальный поворот, поворот к опыту (experiential turn), пространственный поворот, культурный поворот, перформативный поворот, аффективный поворот, материальный поворот и так далее. Из этого можно сделать вывод не только о злоупотреблении понятием «поворот», но и о том, что мы живем (и теоретизируем) в эпоху стремительных перемен, время после постмодерна, дать определение которому нам еще только предстоит (Vermeulen & Van den Akker 2010).

Основная проблема, связанная с лингвистическим поворотом, состоит в том, что язык стал восприниматься едва ли не как мера всех вещей. Этот факт не остался без внимания в исследованиях моды. Так, Джоан Энтуисл утверждает, что структурализм и постструктурализм «решительно отодвигают на задний план идею телесного воплощения и индивидуальности и ничего не могут нам поведать о непосредственном живом опыте и агентности» (Entwistle 2000: 70). Сбрасывая оковы семиотики и текстуальности, Энтуисл и другие специалисты в области исследований моды обращаются за теоретической поддержкой к различным школам и дисциплинам; и здесь в первую очередь следует упомянуть мыслителей, чьи взгляды укладываются, скорее, в социологическое русло: Георга Зиммеля, Ирвинга Гофмана, Пьера Бурдьё и Бруно Латура – каждому из них в этой книге посвящена отдельная глава. При всех своих различиях их социологические подходы позволяют нам рассматривать моду не только как систему означивания, но и как совокупность телесных практик, которые осуществляются в социальном пространстве, объединяющем множество индивидов.

И здесь мы вплотную приблизились к новой, а правильнее сказать, переосмысленной и возрожденной концепции материальности, которая получила название «новый материализм»

⁶ Цит. по рус. изд.: Бауман З. *Текущая современность*. М.; СПб.: Питер, 2008. С. 92. – *Прим. ред.*

или «материальный поворот» (Bennett & Joyce 2010; Coole & Frost 2010; Dolphijn & Van der Tuin 2012; Barrett & Bolt 2013). Приверженцы этого направления утверждают, что постструктуралистская сосредоточенность на языке приводит к тому, что игнорируется сама материальность или вещная природа объектов и мира как такового. Барбара Болт подчеркивает значимость материального поворота для исследований в области искусства и дизайна, включая моду, так как «в текстуальных, лингвистических и дискурсивных подходах материальность [изучаемых объектов] растворяется без следа» (Bolt 2013: 4). Как заметил Билл Браун, это касается не только произведений искусства или моды, но и таких объектов, как человеческое тело и идентичность, конструирование и медиация которых осуществляются, помимо знакового уровня, также на *материальном* (Brown 2010: 60). Идентичность имеет не только значение, но и вес.

Материальный поворот возвращает нас к исключительно важным для исследований моды вопросам и темам – благодаря ему в поле зрения вновь попадают связанные с модой практики, телесный опыт и непосредственные переживания. Наша агентность реализуется в том, как мы обращаемся с материальными объектами, вещами, и в том числе с одеждой. Как заметил Арджун Аппадурай, отношение людей к предметам культурно и социально обусловлено, из чего можно сделать вывод, что у самих вещей есть некая социальная жизнь (Appadurai 2013). Мы вовлекаем материальные объекты в социальные отношения, встраиваем в социальные системы, где эти объекты приобретают (или не приобретают) особое значение. Материальная культура – это среда, в которой функционирует наша идентичность; мы все это прекрасно знаем, поскольку наше отношение к материальным объектам всегда эмоционально окрашено: так, шоколадная плитка служит утешением в моменты тревоги и печали, песня может напомнить о прошедшей любви, а любимое платье заставляет ощущать себя до невозможности сексуальной. Еда, музыка, одежда – все имеет для нас особую ценность. Конечно, в эпоху развитого капитализма под словом «ценность» чаще всего подразумевается денежная стоимость; однако, как продемонстрировал Карл Маркс в «Das Kapital»⁷ (Marx 1990), в большинстве случаев мы имеем дело с прибавочной стоимостью, возникновению которой способствует наше аффективное отношение к материальным объектам. Всему материальному, любимым вещам, присуще социальное измерение. «Stuff»⁸ (слово, которое Дэниел Миллер использует как заглавие для своей книги; см.: Miller 2010) не просто существует, но в процессе социального взаимодействия обязательно наделяется некой ценностью – «Я покупаю, следовательно, существую». Таким образом, наша сосредоточенность на материальности не лишает вещи их символического значения; скорее, можно утверждать, что материальность и символическое наполнение постоянно выверяют друг друга.

Новый материализм нов, потому что в течение нескольких десятилетий, пока в центре всеобщего внимания находились текст и текстуальность, материальное измерение было отодвинуто на задний план, и лишь недавно вопросы материальности вновь стали привлекать к себе интерес. Однако у материализма весьма почтенная генеалогия, объединяющая целый ряд авторитетных источников и дисциплин (Bennett & Joyce 2010). Лежащие в его основе теории не следует рассматривать по отдельности, как полностью самостоятельные, автономные, поскольку их авторы зачастую вдохновляли друг друга, а иногда оказывали друг на друга прямое влияние. Теория номер один, занимающая место в основании генеалогического древа материализма, – это исторический материализм Карла Маркса, в котором центральное место отводится анализу трудовых отношений и практик производства (более подробно учение Маркса будет обсуждаться в главе 2). Следующая ветвь объединяет вдохновленные марксизмом социологические теории культуры вещей, которые мы находим в работах Торстейна Веб-

⁷ К. Маркс «Капитал. Критика политической экономии». См.: Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. М.: Государственное издательство политической литературы, 1960. Т. 23. – *Прим. пер.*

⁸ Слово, которым в английском языке обобщенно обозначаются материальные объекты; диапазон его значений настолько широк, что в него попадает буквально все – от вещества, сырья, расходных материалов до скарба и барахла. – *Прим. пер.*

лена и Георга Зиммеля (Brown 2010: 62). Сюда же можно отнести марксистские взгляды Вальтера Беньямина, пришедшего к выводу, что история производства и трудовых отношений тесно связана с товарооборотом и потреблением, а следовательно, и с «историей оболыщения, воображения, желания» (Ibid.: 63). Третья ветвь – направление социологии, связанное с культурной антропологией, дисциплиной, занимающейся изучением «самого бытия материальных объектов» (Brown 2001: 9). Четвертая ветвь – акторно-сетевая теория (Actor-Network-Theory, ANT) Бруно Латура (Latour 2005), доказывающая, что агентностью могут обладать не только люди, но и акторы не-человеческой природы, что побуждает нас изучать агентность вещей и ассамбляжей, в которые одновременно вовлечены люди и не-человеческие акторы. Пятая ветвь – феноменология Мориса Мерло-Понти, сосредоточенная на материальности человеческого тела, исследующая опыт переживаний, которые можно назвать «мое-тело-в-этом-мире» (Merleau-Ponty 2002: 167). Шестая ветвь – материалистические направления феминизма, занимающиеся переосмыслением материальности человеческого тела и природы гендера (Braidotti 2002). И наконец, седьмая ветвь – теория, являющаяся плодом совместных интеллектуальных усилий Жюльена Делёза и Феликса Гваттари (Deleuze & Guattari 1987), в которой к материализму плоти (концепции тела – «разумной материи») добавляется эмпиризм, отрицающий идею трансцендентальной причинности; слияние этих двух идейных направлений порождает витальный материализм, в котором критика сочетается с созиданием.

Тот факт, что многие из перечисленных теорий обсуждаются в этой книге, говорит о том, насколько материализм важен для исследований моды. мода – это не только система сигнификации, но также коммерческая отрасль, индустрия, занимающаяся производством и продажей вполне материальных потребительских товаров. мода состоит из материальных объектов и телесных практик, связанных с ношением одежды; в этом отношении она, по-видимому, более откровенна, чем другие отрасли культурного производства. И занимаясь исследованиями моды, мы никак не можем обойти этот факт стороной. С антропологической точки зрения одежда всегда рассматривалась как совокупность объектов, которые ценны и значимы как сами по себе, так и в контексте определенных практик (Kuchler & Miller 2005). Дэниел Миллер настаивал на том, что мы нуждаемся в более сбалансированных теориях, учитывающих специфику материальных культур (Miller 1998). Этнографические подходы и соответствующие им методологии необходимы нам, потому что помогают лучше понять, что носят обычные люди и почему они одеваются именно так, а не иначе (Woodward 2007). Джоан Энтуисл ратует за эмпирически обоснованный социологический подход, предполагающий серьезное отношение к ситуативным телесным практикам одевания.

Поскольку все эти подходы уже давно востребованы исследованиями моды, образуя существенную часть их методологии, определение «новый» применительно к материализму кажется несколько странным. Возможно, было бы правильнее говорить не о новом, а об обновленном материализме.

Таким образом, исследования моды – это уникальная область знания, где сходятся и переплетаются многочисленные, в том числе разнонаправленные, теории, а крайности лингвистического поворота уравниваются неизбежной сосредоточенностью на материальных аспектах моды – способах производства, свойствах тканей, предметах в нашем гардеробе, взаимоотношениях одежды с телом. Как пишет Билл Браун, «сама культура сегодня предстает перед нами не как текст, но как текстильное полотно» (Brown 2010: 64). Как уже было сказано, наша книга знакомит читателей с избранными теориями, которые здесь представляют и поясняют специалисты в области исследований моды, как хорошо известные и авторитетные эксперты, так и молодые ученые, находящиеся в начале своего профессионального пути. Благодаря усилиям наших авторов на страницах сборника завязался интеллектуальный диалог, в котором участвуют и они сами, и теоретики, чьи работы стали предметом обсуждения. И когда к нему присоединятся наши читатели, для них это станет настоящим интеллектуальным при-

ключением. Во всяком случае мы надеемся, что эта книга передает особый динамизм исследований моды как самостоятельной дисциплины и убеждает в том, что эта отрасль со своей стороны вносит весомый вклад в осмысление и применение социальных и культурных теорий. И если мы правы, сборник может оказаться полезным не только студентам и специалистам, занимающимся исследованиями моды, но и тем, чья научная деятельность связана с социологией и культурологией, но далека от сферы моды; возможно, они откроют для себя эту новую область и, соприкоснувшись с ней, смогут по-новому взглянуть на сильные и слабые стороны авторов, чьи идеи и теории казались им хорошо изученными.

Наверное, завершая этот краткий, каким ему и полагается быть, предварительный обзор теорий, нужно сказать несколько слов об *удовольствии* от исследования моды. У многих слово «теория» вызывает не самые приятные ассоциации: теория, по определению, трудна, абстрактна и требует сухого изложения. Но теоретическое осмысление моды – это захватывающий процесс, который доставляет настоящее удовольствие. Как заметил Дэниел Миллер, изучать вещи и объекты, связанные с модой, значит «наслаждаться деталями: чувственностью фактур, цветов и струящихся драпировок. Невозможно изучать одежду с холодной головой; она должна пробуждать в нас целую вселенную глубоко личных чувств, от тактильных ощущений до эмоциональных переживаний» (Miller 2010: 41). И мы надеемся, что наша книга поможет читателям найти путь в лабиринте теорий, каждая из которых способна побудить нас с головой уйти в изучение моды, ведь мода – это не простое развлечение, но материя, воплощающая в себе множество смыслов, – материя, которая имеет значение.

Часть 2. Краткий обзор ключевых теорий

1. Карл Маркс (1818–1883)

Разговор по существу начинается с обсуждения теоретических трудов Карла Маркса. Хотя мы не всегда это осознаем, его оригинальная критика капитализма питает истоки критического анализа моды. Автор главы Энтони Салливан вскрывает содержащиеся в самых известных работах Маркса теоретические пласты, богатые материалом, который может быть полезен для понимания культурных и социальных аспектов моды. В «Манифесте Коммунистической партии» дана яркая характеристика капиталистического общества, где, по образному выражению Маркса, «всё <...> что было незыблемо, растворяется в воздухе»⁹, – где преэминентность, традиции и стабильность постоянно приносятся в жертву изменчивости, противоречивости и запланированному устареванию. Не это ли самая благоприятная среда для процветания моды? Салливан комментирует идеи Маркса, утверждавшего, что потребность в созидательном труде – это отличительная черта родового бытия человечества, но при капиталистическом подходе к производству нормой становится отчуждение труда и его плодов, которые больше не принадлежат самим труженикам. В результате отношения между людьми и отношения человека с природой переходят в товарно-денежное измерение, происходит объективация всего и вся. В 1940–1950-х годах марксизм подпитывал полную психологизма негативную диалектику Франкфуртской школы; сегодня марксистский подход лежит в основе многих суждений, касающихся производства моды, в чем легко убедиться, изучив литературу по теме. Однако, как замечает Салливан, особый взгляд Маркса на человеческую культуру, которую он описывал как осознанное созидательное преобразование материального мира, часто остается незамеченным или игнорируется. «Платье становится платьем лишь в том случае, если его носят», – говорит Маркс. Таким образом, он как будто предвосхищает осмысление моды с точки зрения материальной культуры. Говоря о том, как марксистские идеи проецируются на моду, Салливан дока-

⁹ Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. М.: Государственное издательство политической литературы, 1955. Т. 4. С. 426–427. – Прим. пер.

зывает, что и в наши дни они не утратили своей актуальности, поскольку помогают понять, каким образом и почему мода продолжает властвовать над нами несмотря на все свои противоречия. Мы не можем обойтись без марксистского анализа товарного фетишизма, потому что иначе нам не постичь фантазмагорий, сопровождающих репрезентации культовых объектов моды, будь то платья, сумочки или туфли, которые в массовом сознании превращаются в подобие священных тотемов. Заключительный раздел главы посвящен анализу сильных и слабых сторон марксистской теории на примере одного из направлений ее приложения в постмарксистском мире – для осмысления таких явлений, как брендинг и слоу-фешен¹⁰, и этических аспектов моды.

2. Зигмунд Фрейд (1856–1939)

В этой главе Дженис Миллер рассматривает некоторые идеи Зигмунда Фрейда, чтобы ответить на вопрос, каким образом они могут нам помочь в анализе одежды и моды. В первую очередь Миллер интересуется психоанализ – терапевтический метод, который Фрейд разработал в XIX веке для лечения психических расстройств. Тем не менее, несмотря на этот психиатрический бэкграунд, общая концептуальная канва психоанализа может служить основой для анализа явлений культуры; к такому выводу пришел сам Фрейд, а полвека спустя эту идею развил его последователь, психоаналитик Жак Лакан. Авторы, занимающиеся исследованием моды, много раз обращались к таким фрейдистским концепциям и терминам, как «фетишизм» и «взгляд» (the gaze). Однако Миллер – и на это важно обратить внимание – интересуется не только то, как избранные концепции психоанализа работают в контексте изучения одежды и моды, способствуя лучшему пониманию культурной значимости этих явлений; она также задается вопросом, почему теоретики и исследователи моды практически не проявляют интереса к другим аспектам фрейдистской теории. Таким образом, основная цель главы – оценить потенциал идей, составляющих теорию психоанализа, с точки зрения уместности их применения в исследованиях моды. В конечном итоге Миллер приходит к выводу, что несмотря на социокультурный уклон, к которому, по-видимому, в большинстве своем тяготеют исследования моды, у психоанализа есть определенный, не освоенный нами, ресурс, обратившись к которому мы могли бы раздвинуть рамки нашей дисциплины.

3. Георг Зиммель (1858–1918)

Большую часть своей жизни Георг Зиммель провел в Берлине, и атмосфера fin-de-siecle¹¹, царившая в этом городе – одной из великих столиц Европы, – неизбежно должна была сказаться на его взрослении и личностном становлении. Автор главы Питер Макнил стремится показать, что выработанный Зиммелем подход к анализу социальных формаций сыграл значимую роль в создании моделей, на которых основывалась интерпретация феномена моды в американской традиции, заложенной еще в первое десятилетие XX века. Этот подход вновь становился популярным в 1950-х и в 1980-х годах и до сих пор созвучен многим направлениям в международных исследованиях моды. Предложенный Зиммелем анализ бесконечной дифференциации вещей и мельчайших подробностей жизни в современном ему обществе заложил основы, на которые опирались позднейшие теоретики повседневности, в частности Ролан Барт. Кроме того, теории Зиммеля способствовали развитию североамериканской «социологии повседневной жизни», или «этнометодологической» социологии и социальной психологии. Суждения Зиммеля о моде, органично вписывающиеся в его представления о модерности, оказали заметное влияние на некоторых великих теоретиков моды, независимо от их методологических и дисциплинарных предпочтений. В его работах есть литературный стиль, кото-

¹⁰ Экологически ответственная медленная мода. – Прим. пер.

¹¹ В дословном переводе с французского – «конец века», но правильнее будет сказать «на стыке эпох». – Прим. пер.

рый, как отмечает Макнил, вызывает ассоциации с импрессионизмом и символизмом в изобразительном искусстве и музыке. Очевидно, именно поэтому философ-марксист Дьёрдь Лукач назвал Зиммеля «Моне от философии».

4. Вальтер Беньямин (1892–1940)

Написавшие эту главу Адам Геци и Вики Караминас утверждают, что основным вкладом Вальтера Беньямина в исследования моды стал его проект «Пассажи». В этой незавершенной работе он описал собственное видение моды, в котором, однако, ощущается прямое влияние идей Маркса. Суть его в следующем: мода неразрывно связана с современной культурой (под которой здесь подразумевается культура модерности) и является самым точным, предметным, воплощением свойственного капиталистическому обществу волевого стремления к переменам. Мода, стиль и эстетическая восприимчивость, по мнению Беньямина, интегрированы в основу современной культуры. Одежда – это не только атрибут классовой принадлежности или стремления к таковой, но также манифест преходящести, всегда и повсеместно. Эта преходящность, как поясняют Геци и Караминас, связана с потребностью поддерживать видимость прогресса, постоянного движения вперед, без которого немыслима модерность. Речь идет не только об экономическом, но и о нарратологическом прогрессе, поскольку модерность постоянно ставит под сомнение и подправляет историю. Таким образом, моду следует рассматривать как своего рода ткань, сотканную из исторических аллюзий и отсылок, которые легко прочитываются, восторженно принимаются, но вскоре утрачивают актуальность и забываются, уступая место чему-то новому. Однако вклад Вальтера Беньямина в развитие исследований моды не исчерпывается этой концепцией. Целый ряд его работ посвящен эволюции всевозможных медиа и способов визуальной репрезентации. Геци и Караминас замечают, что суждения, высказанные в самом известном эссе Беньямина «Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости», могут существенно обогатить теоретическую базу исследований моды. В первую очередь они имеют в виду саму идею воспроизводимости и вопрос о неспособности репродукции воспроизвести ауру, которой обладает оригинал. В этом контексте особенно значимыми представляются способы возвращения ауры в условиях массового тиражирования образов, воссоздание эффекта присутствия и производство желания. Авторы главы утверждают, что репрезентации в фантастических декорациях, с привлечением облаченных в сияющие доспехи популярности звездных персонажей, являются одной из важных движущих сил индустрии моды. Благодаря влиянию изобразительного искусства и исторических представлений (которые, в свою очередь, обогатились в этом взаимодействии) за последние два десятилетия у высокой моды сложились новые взаимоотношения со временем.

5. Михаил Бахтин (1895–1975)

В одном из авторских примечаний к книге «Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса» русский ученый Михаил Бахтин заметил, что было бы «интересно проследить борьбу гротескной и классической концепции тела в истории одежды и мод»¹². К сожалению, его жизни не хватило для того, чтобы претворить эту перспективу в жизнь. Однако у Бахтина нашлись последователи среди специалистов, занимающихся исследованиями моды. Франческа Граната убеждена в том, что написанная им культурная история гротескного канона может иметь самое прямое отношение к этой области знания, и в первую очередь к исследованиям истории модного тела. Живое воплощение гротеска, не признающее никаких ограничений и всегда готовое самым непристойным образом нарушать границы и выворачивать наизнанку установленные обществом нормы, коллективное тело карнавала

¹² Бахтин М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса. М.: Художественная литература, 1990. С. 357. – *Прим. пер.*

являет собой полную противоположность «герметичному», цельному и строго индивидуальному классическому телу, которое на протяжении почти всего XX века оставалось единственно признанным высокой модой. Граната сопоставляет теорию Бахтина с некоторыми положениями теории феминизма, гендерных исследований, квир-теории и исследований проблем инвалидности (disability studies) и приходит к выводу, что Бахтин обеспечил нас теоретическим инструментарием, позволяющим исследовать ту уникальную роль, которая отводится моде в поддержании представлений о нормальности, и вместе с тем, сколь это ни парадоксально, присущее моде стремление выйти за рамки установленных норм, перевернуть их с ног на голову или (пользуясь терминологией Бахтина) подвергнуть карнавализации идеализированные представления о норме и отклонениях от нее. И поскольку мода неразрывно связана с человеческим телом, с той же уверенностью можно утверждать, что для теории Бахтина трудно найти область применения более подходящую, чем исследования моды. Более того, обращаясь к конкретным примерам, привязанным к определенным историческим и географическим координатам, и помещая концепции Бахтина в континуум с работами других теоретиков, Франческа Граната демонстрирует, что исследования моды позволяют контекстуализировать и более точно оценить достоинства и слабые стороны его в чем-то чрезмерно позитивной трактовки гротеска.

6. Морис Мерло-Понти (1908–1961)

Автор этой главы Луэллин Негрин напоминает нам о том, что мода неразрывно связана с телом, ведь одежда создана для того, чтобы ее носили, и это неоспоримый факт. Тем не менее многие авторы рассуждают о моде так, словно им неведом опыт, связанный с тактильными и кинестетическими ощущениями, возникающими, когда тело контактирует с одеждой. Они анализируют моду как текст, требующий расшифровки семиотическими методами. Иными словами, мода и создаваемые ею объекты рассматриваются как чисто визуальные феномены, а характер их взаимодействия с телом полностью игнорируется. Теоретики, идущие этим путем, не придают значения тому, что мода – это не только создание некой видимости (того, что называется словом «look»), но еще и поведение тела в пространстве. Некоторые предметы одежды значимы не тем, что несут на себе некую смысловую нагрузку, что-то нам сообщают, но потому, что определяют манеру держаться, заставляя тело вести себя определенным образом. Теория, отделяющая моду от тела, по сути, разлучает разум и тело, узаконивает их разрыв, превращая тело в дематериализованную поверхность, которой предстоит стать носителем некой информации. Телесная природа этого носителя при этом вообще не рассматривается и не принимается в расчет. К нему относятся как к чистому листу (*tabula rasa*), на который наносятся сарториальные знаки, не задумываясь о том, что тело является неотъемлемой частью нашего опыта ношения одежды. Луэллин Негрин обращается к феноменологии Мориса Мерло-Понти, выдвигающей на первый план наш непосредственный опыт взаимодействия с окружающим миром, и рассуждает о том, как с ее помощью можно заполнить образовавшиеся теоретические лакуны. Как утверждает Негрин, центральный тезис феноменологии Мерло-Понти основан на убежденности в том, что человеческое тело является не рецептором, пассивно регистрирующим внешние раздражители, но посредником, от которого зависит наше восприятие мира. В этой концепции тело не просто инертный объект, существующий независимо от сознания, но скорее средство, с помощью которого человек приходит к пониманию мира и воплощает, а значит, транслирует в окружающий мир, собственные представления о себе. Таким образом, заключает Негрин, феноменология Мерло-Понти предоставляет нам теоретический подход, вооружившись которым, мы можем изучать моду не только как эстетический или символический феномен, но и как гаптический¹³ опыт.

¹³ Гаптический – связанный с осязанием. – *Прим. ред.*

7. Ролан Барт (1915–1980)

Книга «Система моды» оказалась самой спорной из всех работ Ролана Барта. Ее текст оказался трудным для понимания и становился объектом язвительной критики. К примеру, Рик Райланс назвал ее «самой унылой (bleakest) книгой» Барта. Однако сам автор утверждал, что «она ставит проблемный вопрос: насколько мы уверены в реальности объекта, который принято называть модной одеждой». Отправным пунктом его рассуждений является предположение, что реальная одежда – та одежда, которую мы носим в повседневной жизни, – вторичное явление, которому предшествуют репрезентации в вербальной и иконической риторике журналов мод: «Без соответствующего дискурса не существует ни Моды вообще, ни моды в частности». Автор главы Пол Джоблинг исследует диалектические связи между двумя главными понятиями, сформулированными Бартом в этой работе: «одежда-описание» (*le vêtement écrit*) и «одежда-образ» (*le vêtement-image*), – видя в них ключ к анализу соотношения слов и образов, из которого проистекает однообразная перформативность текстов, стоящих на службе моды. Кроме того, Джоблинг обращается к другим работам Барта – статьям «Семантика вещи» и «Удовольствие от текста», чтобы оценить актуальность идей Барта, касающихся статуса моды как знака и семиологического наполнения предметов одежды, фотографий и рекламной продукции.

8. Ирвинг Гофман (1922–1982)

Знаменитая книга Гофмана «Представление себя другим в повседневной жизни», а точнее, сформулированная в ней концепция переднего и заднего плана, или сцены и закулисья, где разыгрываются представления, соответствующие месту действия, обстановке и составу аудитории, демонстрирует подход, который может оказаться весьма полезным для понимания как повседневных индивидуальных практик взаимодействия с модой, так и разделения труда в пространстве, отведенном индустрии моды. Написавшая эту главу Эфрат Цеелон знакомит читателей с гофмановским анализом драматургии социального «Я» и размышляет о том, какая роль в нем отводится моде. Кроме того, ее интересует концепция моды как коммуникативного средства. По мысли Гофмана, суть социального поведения сводится к коллективному стремлению во что бы то ни стало избежать унижения, стыда, смущения и потери лица. Гофман сводит воедино микроанализ повседневного поведения и идеи, рождающиеся как результат эмпирических наблюдений и вдумчивого прочтения художественной литературы, и выявляет неписанные правила и действующие по умолчанию коды, которые структурируют западное общество, а затем проверяет их на прочность, рассматривая всевозможные примеры попрания границ допустимого. Опираясь на эмпирические свидетельства, Цеелон доказывает, что гофмановская драматургическая модель распространяется и на наше отношение к одежде. Кроме того, она предостерегает читателей от распространенной ошибки. Проводя аналогию между социальной жизнью и театром, Гофман отделяет закулисье, где идет подготовительный постановочный процесс, от сцены, где разыгрывается представление. Это может привести к мысли, что на сцене актер носит публичную маску, а за кулисами открывает свое настоящее лицо. Однако, с точки зрения Гофмана, в этом настоящем лице подлинности не больше, чем в маске. И то и другое – части сценического действия, только рассчитанные на разные аудитории и предполагающие решение разных задач. Перформативное поведение участвует в построении идентичности, а одежда – одно из важнейших материальных средств, задействованных в этом процессе самоконструирования. Придерживаясь гофмановской метафоры, ее можно назвать реквизитом, от которого во многом зависит, каким образом каждый отдельный исполнитель выстраивает отношения с окружающими в различных социальных обстоятельствах. Цеелон иллюстрирует эту мысль, приводя пример представлений о профессиональном внешнем виде. И хотя в теории Гофмана центральное место отводится индивидуальной самопрезентации, Цеелон

утверждает, что его идеи могут быть спроецированы на коллективные и институциональные практики, в том числе распространенные в сфере моды.

9. Жиль Делёз (1925–1995)

Жиля Делёза часто относят к плеяде французских постструктуралистов, однако в его философии нет свойственного постструктурализму интереса к языку. Делёз стремился переосмыслить мир таким образом, чтобы заново наполнить его жизнью, поэтому правильнее было бы назвать этого мыслителя материалистом и виталистом. Пожалуй, до настоящего момента никто не пытался применить его идеи к моде (во всяком случае, нам неизвестны такие примеры). Поэтому в определенном смысле Аннеке Смелик стала первопроходцем, утверждая, что сформулированные Делёзом концепции «становления», «тела без органов» и «складки» позволяют увидеть поле исследований современной моды в новом свете. Под «становлением» Жиль Делёз и его соавтор Феликс Гваттари (Deleuze & Guattari 1987) подразумевают непрерывный процесс преобразования, созидательной трансформации; варианты становления неисчислимы: «становление-женщиной», «становление-животным», «становление-машиной» и так далее. Осознание и принятие идеи «становления» требует иного, непривычного образа мысли, особенно в том, что касается человеческой идентичности и, как следствие, подхода к выбору и оценке манеры одеваться. И идентичность, и индивидуальный гардероб не могут оставаться неизменными от колыбели до гробовой доски, и на протяжении всей жизни должны меняться то в одну, то в другую сторону. Концепция «становления» связана с идеей «тела без органов». За этой формулировкой – «тело без органов» – стоит мысль о том, что человеку следовало бы переосмыслить восприятие собственного тела и значение, которым он его наделяет. Такая реорганизация подхода к оценке «достоинств» и «недостатков» тела помогла бы противостоять диктату нормативных образов, навязывающих нам представления о том, как должно выглядеть тело; зачастую отголосок и даже воплощение этой мысли можно обнаружить на модном подиуме, поскольку порой высокая мода позволяет себе подниматься до уровня экстравагантности, выходящего далеко за пределы нормативных границ. Еще одна концепция Делёза – «складка» – разрушает бинарные оппозиции «внутреннее – внешнее», «сущность – видимость». С позиций нашей дисциплины в ней можно увидеть огромный потенциал – мощную предпосылку для критики и опровержения распространенных представлений, согласно которым мода не более чем игра внешних эффектов на поверхности, под которой скрывается некое «глубинное „Я“» и сложный лабиринт, образованный «складками» души. В свете идей Делёза можно увидеть, что идентичность состоит из множества складок, заворачивающихся внутрь и наружу, подобно складкам, образующимся на одежде, которую мы носим в повседневной жизни. И одновременно концепция «складок» может для нас стать своего рода оптическим инструментом, позволяющим с большей ясностью видеть, как модный дизайн выводит тело из состояния покоя, выпуская его за рамки доминирующих в потребительском мире фаст-фешен ограниченных моделей идентичности.

10. Мишель Фуко (1926–1984)

Джейн Тайнан рассматривает практики и дискурсы моды в свете идей Мишеля Фуко. В его теории телу отведена роль главного объекта социального контроля, мишени, на которую направлены дисциплинирующие усилия власти. Эта мысль становилась источником вдохновения для многих теоретиков, занимающихся исследованием социальных практик, связанных с модой, красотой, стилем и форменной одеждой. В академической среде интерес главным образом сосредоточен на сформулированной Фуко теории современного общества. Ее основные положения касаются способов контроля над телом в социальном пространстве, что, несомненно, имеет отношение также к одежде и моде как телесным практикам. Тайнан предлагает использовать теорию «правительности» (*la gouvernementalité*) и ее ключевые понятия «дис-

курс», «биополитика» и «послушные тела» для изучения того, как мода и одежда участвуют в поддержании коллективных идентичностей. В статье приводится целый ряд примеров применения такого подхода, в том числе при рассмотрении субверсивных модных практик, бросающих вызов силам, которые стремятся утвердить свою власть над телом. Описав тело как точку приложения современной власти, Фуко подготовил для исследований моды инструментарий, позволяющий изучить объединяющую и разобщающую роль одежды в различных сообществах.

11. Никлас Луман (1927–1998)

В 1990-х годах идеи, высказанные в работах немецкого социолога Никласа Лумана, стали своего рода модным трендом в сфере социальных и гуманитарных наук. Социологи, философы, литературоведы высоко оценили его универсалистский проект – попытку выстроить всеобъемлющую социологическую теорию. Его супертеория социальных систем действительно стремится к высокому уровню обобщения. Луман внес свежую струю в социологическую традицию системных теорий; новым элементом стала идея аутопоэзиса, или само(вос)производства систем, которая понадобилась ему для того, чтобы свести воедино конструктивизм и универсализм. Однако исследования моды не были причастны к ажиотажу, возникшему вокруг работ Лумана; до сих пор его имя вообще достаточно редко упоминалось в рамках этой дисциплины. Но автор этой главы Орели ван де Пер взялась доказать, что мы могли бы заимствовать у теории социальных систем методологический подход, весьма перспективный с точки зрения исследований моды. Объем главы не позволяет пересказать, и тем более детально разобрать, все положения теории, которую Луман постепенно выстраивал в течение многих лет (достаточно сказать, что сам он написал более пятидесяти книг); вместо этого ван де Пер сосредоточила внимание на нескольких ключевых идеях, которые занимают в этой теории центральные позиции и, что не менее важно, могут быть применены при изучении моды. В их числе понимание современного общества как функционально дифференцированной социальной системы и представление о центральной роли коммуникации. Исходя из этого, ван де Пер задается вопросом: можно ли считать моду одной из автономных аутопоэтических, по-своему парадоксальных подсистем этой системы? И если теория Лумана поможет доказать, что подсистема моды действительно функционирует, подчиняясь собственной рациональной логике, это станет весомым аргументом в пользу правоты специалистов (в первую очередь теоретиков моды), уже давно утверждающих, что мода была несправедливо отнесена к числу объектов, не достойных академического исследования, и что она ни в коем случае не заслуживает презрительного отношения.

12. Жан Бодрийяр (1929–2007)

Один из крупнейших мыслителей эпохи постмодерна, Жан Бодрийяр соединил неомарксистские взгляды с идеями, берущими начало в психоанализе и постсемиотической лингвистике, чтобы выстроить новую теорию потребления. Согласно этой теории, основной стимул потребления – это не стремление удовлетворить насущные потребности и не жажда обладания вещами, а наше отношение к миру вещей как к дискурсивной системе. В такой системе предметы выполняют функцию знаков, которые призваны, но не могут утолить наше желание образа как символического объекта. Автор главы Эфрат Цеелон применяет для анализа значений моды в европейской истории предложенную Бодрийяром модель, в которой три порядка сигнификации (присвоения значений объектам) последовательно сменяют друг друга при переходе от референциальной к автореференциальной системе. Первый порядок соответствует досовременной эпохе; это порядок имитации. Он исходит из дуализма видимости и сущности, однако между ними существует прямая связь: внешность *отражает* реальное положение вещей, одежда служит индексом положения в социальной иерархии. Второй поря-

док вступает в силу в период модерности; это порядок производства. Урбанизация и механизация сделали возможным массовое производство одежды, а модные вещи, изготовленные из качественных материалов, стали доступными не только для благородной верхушки общества, но и для более низких его слоев. В результате появилась возможность выглядеть статусно, даже не имея сколько-нибудь значимого социального статуса. Таким образом, при втором порядке сигнификации внешность *маскирует* реальное положение вещей. Третий порядок возник с наступлением эпохи постмодерна. Это порядок симуляции. Внешность больше никак не связана с реальным положением вещей. Сигнификация исчерпала себя; коммуникация уступила место соблазнению. Реальность сделалась искусственной, превратилась в бесконечное зрелище, причудливую игру знаков, которые больше ничего не обозначают. Даже религиозные и государственные символы заимствуются и перерабатываются в декоративные элементы, при этом востребованными оказываются только их эстетические достоинства, но не их символическая ценность. Фактически на этой стадии внешность *творит* реальность.

13. Пьер Бурдьё (1930–2002)

Автор этой главы Аньес Рокамора ставит перед собой цель показать, что работы Пьера Бурдьё представляют ценность не только для социологии, но и для исследований моды. Она знакомит читателей с ключевыми концепциями и понятиями его теории, такими как «поле», «культурный капитал», «габитус». Разбирая их, Рокамора обращается к статье «Кутюрье и его марка», написанной Бурдьё в 1970-х годах в соавторстве с Иветт Дельсо (как нетрудно догадаться, она посвящена французской высокой моде, а точнее, полю производства высокой моды). По ходу рассуждений она ссылается и на другие работы французского социолога и отводит целый раздел обзору его книги «Отличие. Социальная критика суждения», в которой затронуты вопросы вкуса. Бурдьё настаивал на том, что вкусы отдельных людей и целых социальных групп необходимо рассматривать сквозь призму классовости, и напоминал о социальных и культурных факторах, влияющих на наши вкусовые суждения, в частности на вкус, проявляющийся в отношении к моде и в выборе одежды. Как и многие другие мыслители, чьи идеи обсуждаются в этой книге, Бурдьё стремился денатурализовать явления и установки, которые культура преподносит нам как естественные. В последнем разделе главы Рокамора демонстрирует, как можно реализовать потенциал содержащихся в работах Бурдьё теоретических предпосылок, анализируя современные феномены моды; она применяет концепцию поля и субполя, чтобы вникнуть в суть такого явления, как фешен-блоги. Она исследует взаимоотношения, сложившиеся между традиционным полем модной журналистики и этим недавно зародившимся субполем, чтобы пролить свет на изменчивую природу современных фешен-медиа.

14. Жак Деррида (1930–2004)

Деррида был одним из самых выдающихся мыслителей, продемонстрировавших потенциал лингвистики для развития гуманитарных теорий. Но в то же время он скептически относился к любым попыткам систематизировать такие теории. Именно упорство, с которым он настаивал на значимости языка для теории и вместе с тем на неоднозначности любой теории в силу неразрешимой запутанности языка, сделали его истинным столпом *пост*структуралистской мысли. Элисон Гилл взяла на себя труднейшую задачу убедить наших читателей в том, что идеи и методология Жака Деррида могут быть интегрированы в исследования моды. В посвященной этому главе приводятся примеры того, как модельеры критически деконструируют принципы создания одежды. Для начала Элисон Гилл старается выделить и обозначить ключевые аспекты деконструктивистской философии, заостряя внимание на том, как возникли концепции текста, следа и двойственного мышления. Затем она сопоставляет с философией деконструктивизма альтернативные подходы к модному дизайну, которые, будучи воплощенными на

практике, превращаются в материальную метафору нестабильности, балансируя на грани провала. Во второй части главы Гилл рассуждает о том, что деконструктивизм в моде не ограничивается стремлением сойти с проторенного пути при моделировании одежды, но также бросает вызов устойчивым представлениям об авторстве и новаторстве и коренным образом меняет отношение к истории моды. Таким образом, Гилл приходит к выводу, что теоретические суждения Жака Деррида, касающиеся конструкции и деконструкции текста, могут помочь в осмыслении необычных экспериментов, которые уже много лет проводит модный дом Maison Martin Margiela, подвергая критическому анализу сами основания моды – принципы конструирования предметов одежды, традиции выбора и использования материалов, структуру костюма, техники изготовления. Образно говоря, в этой главе обсуждается вопрос, как перечеркнуть настойчивое стремление моды угождать коммерческой системе, которая культивирует идеализированные и эстетизированные представления о новизне, зрелищности, завершенности и технической безупречности и одновременно инспирирует сезонный круговорот коллекций – бесконечную гонку в головокружительном темпе, определяя предсказуемость взаимоотношений моды и времени.

15. Бруно Латур (р. 1947)

В этой главе Джоан Энтуисл знакомит читателей с исследовательским подходом, разработанным французским социологом Бруно Латуром. Работы Латура оказали значительное влияние на исследования науки и технологий (STS), в рамках которых особенно востребована и продуктивна предложенная им акторно-сетевая теория (ANT). Латур радикально пересмотрел главнейшие понятия, которыми оперирует социология, такие как «природа» и «культура». А акторно-сетевая теория изменила общепринятые представления о социальных акторах. В ANT словом «актор» может быть обозначен не только действующий субъект, человек, но любой объект, обладающий способностью работать или производить какие-либо действия. Акторами могут быть люди и не-люди, способные воздействовать на сети, в которые они интегрированы. Чтобы описать, как функционируют эти сети, или ассамбляжи, чем, собственно, и занимается Латур, необходимо детальное этнографическое наблюдение, именно поэтому ANT/STS было бы правильнее называть методологическим подходом. Несмотря на свой богатый потенциал, методики Латура почти не применялись за пределами сферы исследования работы научных лабораторий – до тех пор, пока идею ANT не подхватил Мишель Каллон, которого гораздо больше, чем лаборатории, интересовали рынки. Он разработал собственную теорию рыночных сетей, доказав, что любой рынок устроен по принципу ассамбляжа и функционирует за счет усилий и взаимодействия множества акторов человеческой и не-человеческой природы. В свою очередь, Энтуисл предположила, что и мы могли бы воспользоваться методикой Латура и Каллона, взглянув на систему моды как на совокупность акторных сетей, в том числе рыночных. Более того, она уже применяла ее в своей работе, исследуя специфические сферы внутри системы моды – модельный бизнес и работу байеров (специалистов по закупкам), о чем также рассказывает в этой главе.

16. Джудит Батлер (р. 1956)

Элизабет Уиссингер стремится внести ясность в систему философских и феминистских взглядов Джудит Батлер; в частности, пояснить ее концепцию тела, вовлеченного в непрекращающийся процесс стилизации посредством воздействия культурной практики, которая, несмотря на неизбежную зависимость от дискурса, все же производит живые, сексуально дифференцированные тела. Стилизация – это способ существования тела в условиях человеческого социума. В своих работах Батлер расшатывает представления о сущностной природе человеческого тела и подчеркивает, что перформативные процессы превращают тело, индивидуальное сознание («Я») и манеру одежды в неразделимое целое. Соответствие гендеру

выражается на телесном уровне посредством предзаданных кодов, которые, однако, постоянно пересматриваются. Критические суждения, высказанные Батлер в работе, посвященной субкультурам гей-сообщества, не оставили камня на камне от ортодоксальных представлений о гендере. Таким образом, она стимулировала развитие тогда еще только зарождавшейся квир-теории и помогла ей набрать обороты. В то же время ее концепция перформативности гендера добавила веса той роли, которую отводят моде феминистские мыслители, обсуждая различные практики телесного воплощения. Уиссингер утверждает, что радикальное «пере-прочтение» основных положений семиотики и теории психоанализа в работах Батлер также побуждает нас критически отнестись к устойчивым представлениям о роли моды в социальной жизни. Однако главным достижением Батлер следует считать переосмысление понятия «агентность». В новой концепции агентность больше не имеет отношения к волеизъявлению субъекта, агентность – это не поддающееся осознанному волевому контролю стремление тела вырваться за пределы навязанных ему границ и утвердиться в качестве самодостаточной материи.

1. Карл Маркс. Мода и капитализм

ЭНТОНИ САЛЛИВАН

Введение

По словам Элизабет Уилсон, «мода – дитя капитализма» (Wilson 2003: 13). Данная статья развивает этот тезис и показывает, что многогранные концептуальные построения Карла Маркса могут служить основой для более глубокого понимания изначальной природы и тенденций развития моды и критической оценки их социальной, культурной и материальной значимости. Так же как породившая ее капиталистическая система, мода «двулика» (Ibid.): она одновременно является источником удовольствия и причиной страданий, средством (само)выражения и орудием эксплуатации.

Карл Маркс: краткий биографический очерк и урок, убеждающий в символической мощи одежды

Как известно, взрослая жизнь Карла Маркса была отмечена болезненной печатью бедности, однако его ранние годы прошли в совсем иных, вполне комфортных условиях. Он родился в 1818 году в Трире, старейшем городе Германии, находящемся в земле Рейнланд-Пфальц, в семье, принадлежавшей к среднему классу. Его отец был адвокатом; еврей по происхождению, под давлением антисемитских настроений общества он принял христианство и стал протестантом. В 1835 году Карл Маркс начал изучать право в Боннском университете, а годом позже перешел в Берлинский университет на факультет философии. В 1841 году, когда Марксу исполнилось 23 года, он завершил работу над диссертацией на тему, связанную с классической греческой философией, но в этот момент его планы на будущее изменились. Он отказался от дальнейшей академической карьеры и предпочел посвятить жизнь изучению капитализма и созданию теоретических основ для грандиозного проекта – избавления общества от страданий, проистекающих из поощряемых капитализмом классового неравенства и эксплуатации (Callinicos 1983). В условиях этой системы, или способа производства (Marx 1976: 3), продукция производится для того, чтобы быть проданной как товар и принести прибыль капиталисту, то есть тому, кто владеет средствами производства (сырьем и промышленным оборудованием). Таким образом, согласно убеждениям Маркса, удовлетворение потребностей рабочих, создающих эти товары, не входит в число первоочередных целей капитализма. Более того, рабочая сила сама по себе является товаром, которым распоряжается все тот же капиталист – он покупает ее, контролирует и эксплуатирует в обмен на заработную плату, которой рабочим едва хватает на то, чтобы прокормиться и выжить. В то же время капитализм превращает рабочих в потребителей, вынужденных выкупать у капиталиста произведенные ими же самими вещи с торговой наценкой. Эта основанная на эксплуатации система производства является отличительной чертой капитализма и, как мы увидим, играет ведущую роль в развитии моды.

Занятия журналистикой, ставшие для Маркса основным источником дохода после окончания университета, оплачивались скудно и с задержками, поэтому ему приходилось периодически закладывать сюртук, чтобы иметь возможность покупать продукты и прочие предметы первой необходимости для себя и своей семьи. Будучи постоянным клиентом ломбарда, он, определенно, «осознавал ценность своего сюртука» (Stallybrass 1998: 203) как товара или обменного средства. Но кроме того, необходимость то и дело обменивать этот предмет одежды на наличные ставила его лицом к лицу с одним из важнейших аспектов моды – ее спо-

собностью обозначать социальный статус, реальный или нет, «действительный или надуманный» (Finkelstein 1991: 128). Не имея сюртука, Маркс не мог продолжать полноценные научные занятия, поскольку «в читальный зал [Британской библиотеки] не допускали кого попало с улицы, а мужчина без сюртука <...> был практически никем. В отсутствие сюртука Маркс <...> не мог появиться на публике» (Stallybrass 1998: 187). Таким образом, Маркс на личном опыте узнал, насколько велик символический потенциал одежды как средства, участвующего в создании имиджа или впечатления о социальной идентичности и способствующего «индивидуализации в гуще общества» (Marx & Engels 1973: 84).

Гегель, Фейербах и Маркс: путь к историческому материализму

Карл Маркс стал уникальной фигурой в истории западной философии благодаря тому, что был разочарован в том чисто умозрительном подходе, которому были привержены многие его современники. Он писал: «Философы лишь различным образом объясняли мир, но дело заключается в том, чтобы изменить его»¹⁴ (Marx 1974: 123). В студенческие годы Маркс вступил в богемный кружок радикальных мыслителей, находившихся под сильным впечатлением от трудов Гегеля, самого значимого и влиятельного философа своего времени (идеи которого, однако, подвергались в этой среде нарастающей критике). «Младогегельянцы» – под этим именем они вошли в историю – все еще грелись в лучах интеллектуального сияния эпохи Просвещения, а значит, были убеждены, что решающая роль в понимании исторических процессов и преобразовании общества принадлежит философским идеям, разуму и мысли (а не Богу, природе или сверхъестественным силам). Собираясь в берлинском «Клубе докторов» (Gonzalez 2006), они делились философскими мыслями, критиковали гнетущую атмосферу прусского общества, частью которого были они сами, а заодно выпивали в хорошей компании.

В трудах Гегеля Маркс нашел зачатки собственной теории исторического развития – исторического материализма. Гегель (см.: Hegel 1975) утверждал, что в своем развитии общество и формирующие его идеи проходят несколько стадий. Переход от одного типа общественной формации к другому никогда не происходит постепенно, для него необходим переломный момент и антагонистическое противостояние конфликтующих идей, трактующих природу человеческого миропонимания. Таким образом, по мнению Гегеля, прогресс возможен только при условии, что это противостояние идей приведет к появлению нового, революционного образа мысли, к синтезу, который поднимет миропонимание на более высокий и всеобъемлющий уровень. В частности, он полагал, что прусское государство возникло в результате такого противоборства между теми, кто верил, что историю творит Бог или некие сверхъестественные силы, и мыслителями, исповедовавшими идеологию Просвещения и уверенными в том, что всему есть рациональное объяснение.

Но с точки зрения исторического материализма истоки и движущие силы социальных изменений следует искать не в охвативших общество *идеологических* противоречиях, а в *материальных* условиях жизни и подходах к организации труда. Маркс утверждал, что главным конфликтом капиталистического общества является несправедливое распределение собственности, контроля над производством и продукцией. Оно приводит к возникновению отдельных социальных групп или, в марксистской терминологии, классов, которые ведут между собой борьбу за власть над рабочей силой. Многим из нас знакомы слова, которыми он сформулировал эту мысль: «История всех до сих пор существовавших обществ была историей борьбы классов. Свободный и раб, патриций и плебей, помещик и крепостной, мастер и подмастерье [а также капиталист и рабочий или пролетарий], короче, угнетающий и угнетаемый находи-

¹⁴ Карл Маркс «Тезисы о Фейербахе». Цит. по: Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. М.: Государственное издательство политической литературы, 1955. Т. 3. С. 4. – *Прим. пер.*

лись в вечном антагонизме друг к другу, вели непрерывную, то скрытую, то явную борьбу, всегда кончавшуюся революционным переустройством всего общественного здания или общей гибелью борющихся классов»¹⁵ (Marx & Engels 1998: 3). Здесь ощущается влияние главного критика воззрений Гегеля Людвига Фейербаха, настаивавшего на том, что материальная организация жизни формирует человеческое сознание. Идеи Фейербаха составляли альтернативу идеям Гегеля, который, рассматривая труд как некую абстракцию, «впал в иллюзию, понимая реальное как результат себя в себе синтезирующего, в себя углубляющегося и из самого себя развивающегося мышления» (Marx 1993: 101). Но Маркса, чьи мысли прежде всего занимал вопрос о социальных изменениях и способах их достижения, не удовлетворял материализм Фейербаха, и главная проблема состояла в том, что последний считал характер, образ мыслей и поведение человека присущими от природы и неизменяемыми.

Тем не менее идеи Гегеля и Фейербаха стали для Маркса отправной точкой, а их критика – движущей силой для развития его концепции исторического материализма. Он был убежден в том, что натура человека не остается неизменной, поскольку труд и его благотворное влияние делает наш вид отличным от других животных. Труд уже сам по себе изменяет человеческую природу, потому что, вовлекая нас в активное взаимодействие с материальным миром, тем самым трансформирует наше сознание. В то же время «люди, развивающие свое материальное производство и свое материальное общение, изменяют вместе с этой своей действительностью также свое мышление и продукты своего мышления»¹⁶ (Marx & Engels 1975: 37). Таким образом, согласно марксистской точке зрения, конфликтность классовых взаимоотношений и главенство небольшой группы или класса, которому капиталистическая система отдала контроль над производством и продукцией, препятствуют полноценной реализации присущих нашему виду созидательных способностей, сдерживая наш потенциал самовыражения в труде. Такую утрату контроля над собственным трудом Маркс назвал отчуждением (Marx 1844).

Доминирование класса капиталистов и подчиненное положение подконтрольного ему рабочего класса стало препятствием, не позволяющим заложить основы коммунизма, который Карл Маркс и его друг и соавтор Фридрих Энгельс считали высшей формой общественного устройства. При коммунизме весь производственный процесс должен стать прозрачным, а контроль над ним осуществляться демократическим путем. При этом целью труда становится не получение личной прибыли, но удовлетворение реальных потребностей общества. Утверждая возможность такого сценария, Маркс, при поддержке Энгельса, стал первым и главным идеологом революционного перехода к социализму. В своих программных трудах, таких как «Манифест Коммунистической партии» (1848), он выражал убежденность в том, что общество будет избавлено от неравенства и страданий, порождаемых классовыми отношениями, отчуждением и эксплуатацией труда, лишь тогда, когда рабочий класс разрушит сложившийся капиталистический строй и возьмет государственную власть в свои руки.

Капитализм: от одежды к моде

По мнению Элизабет Уилсон (Wilson 2003), история моды исчисляется примерно четырьмя или пятью столетиями; берущая начало в придворном обществе (Elias 1978), она оказалась прочно связанной с развитием капитализма. Уилсон говорит о том, что практики символического облачения и украшения – с целью социальной идентификации или указания на принадлежность к определенной группе (племени, субкультурному сообществу, классу, ген-

¹⁵ Цитата из «Манифеста Коммунистической партии» приводится по изданию: Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. М.: Государственное издательство политической литературы, 1955. Т. 4. С. 424. – *Прим. пер.*

¹⁶ Карл Маркс и Фридрих Энгельс «Немецкая идеология». Цит. по: Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. М.: Государственное издательство политической литературы, 1955. Т. 3. С. 41. – *Прим. пер.*

деру) – существуют во всех культурах. В них могут быть задействованы самые разные вещи и техники: одежда, ювелирные изделия, раскрашивание тела (в том числе макияж), пирсинг. Но все это только одежда – не мода. Потому что «мода – это такая одежда, в которой главное – быстрая, непрерывная смена стилей»¹⁷ (Wilson 2003: 4–5).

В «Манифесте Коммунистической партии» не обсуждается ни одежда, ни мода, но он освещает общественные условия, в которых мода распространилась как социальная практика. Маркс рисует картину мира, где изменчивость и непостоянство или эфемерность неизменно берут верх над устойчивостью, постоянством и традицией. Это означает – и в «Манифесте» это живо и красочно описано, – что произошла трансформация и общественный строй, для которого были характерны «застывшие, покрывшиеся ржавчиной [социальные] отношения <...> с сопутствующими им, веками освященными представлениями и воззрениями»¹⁸ оказывается разрушенным и на смену ему приходит капитализм и современное урбанистическое общество, где, по образному выражению Маркса, «всё <...> что было незыблемо, растворяется в воздухе» (Marx & Engels 1998: 38).

В «Манифесте» много запоминающихся пассажей, живописующих крушение старых истин и незыблемых реалий, онтологически связанных с установленным божьей волей социальным порядком, при котором классовые отношения были регламентированы строгой иерархией, на вершине которой находился король, в средней части дворянство, а в самом низу крестьяне. К примеру:

Буржуазия, повсюду, где она достигла господства, разрушила все феодальные, патриархальные, идиллические отношения. Безжалостно разорвала она пестрые феодальные путы, привязывавшие человека к его «естественным повелителям», и не оставила между людьми никакой другой связи, кроме голого интереса, бессердечного «чистогана». В ледяной воде эгоистического расчета потопила она священный трепет религиозного экстаза, рыцарского энтузиазма, мещанской сентиментальности¹⁹ (Ibid.: 37).

Таким образом, «Манифест» живо передает драматизм «потрясения от новизны» (Hughes 1991) и специфические эффекты модерности; обеспечив возможность социальной мобильности, эта новая модель общества поставила во главу угла индивидуальную идентичность и понятие «личность» как таковое. Кроме того, «буржуазия подчинила деревню господству города»²⁰ (Marx & Engels 1998: 40) и это стало дополнительным импульсом, усилившим расшатывание основ, на которых держались классовые отношения, так как возникли предпосылки для социальной мобильности. Получая избыточный доход – прибыль от эксплуатации чужого труда, – часть которого тратилась на потребление, буржуа получили возможность тягаться со старой элитой, при этом в городском пространстве у них, говоря спортивным языком, было преимущество своего поля, тогда как для аристократии более органичной средой были загородные поместья. В борьбе за классовое лидерство сарториальные средства и аргументы использовались наравне с экономическими и политическими. Как выразился Дон Слейтер, «нувориши покупают родовые имения, рядятся в одежды вельмож и „людей из общества“, а на досуге могут предаваться аристократическим занятиям» (Slater 1997: 70). Элизабет Уилсон (Wilson 2003) и Джоан Энтуисл (Entwistle 2000) утверждают, что это привело к возникновению ситуаций, в которых было невозможно определить, кто есть кто, то есть быть уверенным в классовой принадлежности незнакомых людей. Наиболее остро это ощущалось в уличной

¹⁷ Уилсон Э. Облаченные в мечты: мода и современность. М.: Новое литературное обозрение, 2012. С. 20. – Прим. пер.

¹⁸ Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. М.: Государственное издательство политической литературы, 1955. Т. 4. С. 427. – Прим. пер.

¹⁹ Там же. С. 426. – Прим. пер.

²⁰ Там же. С. 428. – Прим. пер.

толпе, где каждый встречный – незнакомец. Такая неоднозначность классовой идентичности особенно усиливала значимость одежды как своего рода «пробирного клейма» – способа заверить или подделать, обнаружить или скрыть социальную идентичность. Исходя из этого, становится понятен символический вес сюртука Карла Маркса, упомянутого в начале этой главы. Неудивительно, что Уилсон называет города в том виде, который они приобрели на ранних стадиях развития капитализма, «горнилом противоречий» (Wilson 2003: 13), пространством, где личная идентичность обретала модную форму в водовороте хаотичных контактов, завертешемся, когда под натиском капитализма начали рушиться прежние социальные отношения.

Только в этом новом, конкурентном социальном контексте одежда могла стать модой. Ее склонность к разнообразию или бесконечная изменчивость формировалась благодаря явлению, которое в свое время было охарактеризовано как «вертикальное просачивание» (trickle down), то есть распространение модных стилей от высших социальных классов к низшим (Veblen 1899). Относительное постоянство костюмов, привязанных к роду занятий, в феодальном обществе – ведь даже одежда лоточников различалась в зависимости от того, торговали они пирожками или перочинными ножами и бумагой (см.: Wilson 2003: 24–25²¹), – которое регулировалось законами о роскоши, диктовавшими, каким сословиям разрешено, а каким запрещено носить те или иные фасоны, ткани и цвета (Craik 2009), сменилось круговертью модного подражания и вниманием к символическим различиям (Bourdieu 1984; более подробно этот вопрос освещен в главе 13). Как выразилась Джоан Энтуисл, сражение за господство между высшими [старыми аристократическими] и более низкими [новыми буржуазными] классами «велось не на мечах, а с помощью символического оружия, и одежда была важнейшей частью этого символического арсенала»²² (Entwistle 2000: 106). В противостоянии с новым классом буржуазии аристократия старалась сохранить собственную идентичность, тогда как буржуазия, вначале пытавшаяся копировать аристократические модели потребления, со временем выработала собственный, более сдержанный стиль одежды, хотя главным образом эта сдержанность наложила печать на мужской гардероб: строгие сюртуки и костюмы неброских темных цветов должны были отличать буржуа как от аристократов, так и от представителей рабочего класса (Breward 1999). Не имея ясного представления о том, что происходило при трансформации феодального общества в капиталистическое, трудно описать эту сарториальную классовую борьбу и объяснить, почему мода оказалась столь динамичной в своей изменчивости и как возникла напряженность во взаимоотношениях индивидуального и социального «я» человека. Как заметил Георг Зиммель, мода, особенно в классовом плане, стала средством, позволяющим субъекту разрешить противоречия между разнонаправленными импульсами к социальной адаптации и дифференциации, то есть одномоментно реализовать желание соответствовать своей социальной среде и выделяться из нее (Simmel 1971: 296; также см. главу 3).

Производство и потребление. Существует ли мода для всех?

Давайте переключим внимание на сугубо материальные аспекты моды, а конкретнее – на то, как осуществляются производство и потребление одежды в условиях капитализма. Картина, которую мы увидим, в общем и целом будет существенно отличаться от той, что отражает феодальный способ производства, но это не означает, что переход от одной системы к другой был простым и безоговорочным. При неторопливой феодальной системе основными поставщиками товаров были небольшие кустарные мастерские, характерно было также полу-

²¹ К сожалению, иллюстрация, на которую здесь ссылается автор статьи, не вошла в русское издание книги Э. Уилсон «Облаченные в мечты». – *Прим. пер.*

²² Ту же цитату можно найти во втором, переработанном, издании книги Дж. Энтуисл, которое, в отличие от первого, было переведено на русский язык. См.: Энтуисл Дж. Модное тело. М.: Новое литературное обозрение, 2019. С. 173. – *Прим. пер.*

натуральное хозяйство. Изготовление предметов одежды было надомным производством, в котором были задействованы портные, владевшие собственными ателье и магазинами, и наемные работники – подмастерья и швеи (часто на поденной основе) (Rouse 1989; Tarrant 1994; Lemire 1997). Контраст между таким и сегодняшним, массовым, производством модных товаров – готового платья, предназначенного для реализации через глобальные розничные сети – паразителен, но тем не менее обманчив в некоторых существенных моментах.

В эпоху стремительно изменяющейся быстрой моды раз за разом воплощается стандартный сценарий: все самое лучшее и соблазнительное из гардероба звезд и с подиумных показов мгновенно превращается в цифровые изображения и разлетается по социальным сетям и прочим интернет-сайтам, вирусное распространение этой информации позволяет массовым брендам, обслуживающим глобальную моду, подхватывать идеи и быстро их перерабатывать, подгоняя под условия производства недорогой готовой одежды и сегодняшние потребительские запросы. К примеру, использование цифровых технологий для разработки дизайна, контроля над ассортиментом, закупками и логистикой позволило компании Zara сократить время, которое проходит с момента выявления нового тренда до поступления соответствующих ему вещей в магазины, всего до нескольких недель (Edwards 2011). Однако еще не так давно, в середине 1950-х годов, «было обычным делом обшивать себя самостоятельно или заказывать одежду [у портных]» (Rouse 1989: 244). Сколь ни удивительно, несмотря на то что в конце XIX – начале XX века мода подчинила себе сперва крупных капиталистов, а затем и средний класс (Rouse 1989; Entwistle 2000; Wilson 2003), у большей части населения сохранилась модель потребительского поведения, противоречащая логике моды, – пережиток ушедшей в прошлое феодальной системы. Раньше отношение к вещам было совсем не таким, как сегодня, когда экологически вредоносная установка «поносил и выбросил» стала ключевой в культуре моды; еще в XVIII–XIX веках одежду хранили и использовали до тех пор, пока она хоть на что-то годилась – штопаная, сто раз стиранная, перешитая и перелицованная она могла переходить не только во вторые, но и в третьи, и в четвертые, и в пятые, и еще бог знает в какие руки (Lemire 1997). Более того, вплоть до начала XX века для всех людей, не принадлежавших к среднему, буржуазному или аристократическому классу, лавки подержанных вещей оставались едва ли не единственным местом, где можно было обзавестись готовой одеждой по доступной цене (Rouse 1989; Tarrant 1994).

Таким образом, в раннекапиталистическом обществе сложились условия только для возникновения культуры моды, но не для ее массового распространения. Большая часть рабочего класса фактически не имела доступа к рынку модной готовой одежды до второй половины XX столетия, когда словосочетание «мода для всех» перестало быть всего лишь фигурой речи (Rouse 1989: 278). Основная проблема заключалась в цене на новые вещи. Согласно сведениям, которые приводит Элизабет Рауз, годовой заработок машинистки «в 1910 году составлял около 66 фунтов», из них на обновление гардероба она могла выделить не более «5 фунтов», что позволяло одеваться «прилично» (Ibid.), однако для того, чтобы одеваться модно, этого было мало. В «Манифесте коммунистической партии» Маркс и Энгельс заявляют, что потенциальная продуктивность производительных сил была ограничена, скована сложившимися при капитализме классовыми отношениями, что стало предпосылкой для возникновения дефицита во времена, которые должны были стать эрой изобилия. Это утверждение прозвучит как нельзя более убедительно, если спроецировать его на моду. До конца XIX – начала XX века, когда авторитет профсоюзов в развитых индустриальных странах возрос настолько, что им удалось добиться повышения заработной платы, мода была попросту не по карману рабочему классу. Здесь под словом «мода» подразумевается короткий по времени цикл стилистического устаревания, при котором скорость замены вещей на новые превышает скорость их выхода из строя – такое значение вкладывал в это понятие Ролан Барт (Barthes 1998: 297–298; также см. главу 7 этой книги). Ограниченная доступность потребления на этом этапе отрази-

лась в реалиях модного производства, которое так и не разорвало связи со своими доиндустриальными истоками и по-прежнему укладывается в архаичный алгоритм СМТ (Cut, Make, Trim²³). К тому же задействованные в этой производственной цепочке технологии и технические приемы практически не менялись с тех пор, как сто семьдесят лет назад была сконструирована первая швейная машина.

Труд, «родовое бытие» и двойственное назначение одежды

Как уже было сказано, согласно марксистскому определению, капитализм – это система, основанная на эксплуатации рабочих капиталистами. Разобравшись, каким образом эксплуатация приводит к появлению того, что Маркс назвал прибавочной стоимостью, мы сможем лучше понять взаимные противоречия производства и потребления моды. В частности, станет ясно, почему и в XXI веке мода продолжает эксплуатировать труд рабочих, занятых в производстве одежды, которую сегодня носит большая часть населения планеты. Им приходится работать с той же отдачей, что и при старой потогонной системе, и почти в тех же безобразных условиях, которые существовали еще при жизни Маркса, потому что мода должна быть настолько дешевой в производстве, чтобы и ее розничная цена была доступной для массового потребителя, – в противном случае она не сможет оставаться всеобъемлющим феноменом.

Представление о труде как о форме «родового бытия» – еще один полученный нами от Маркса ключ к лучшему пониманию феномена моды. Возьмем всего один пример: без общественного труда, вложенного в каждый из более чем сорока производственных процессов, начиная сбором хлопка и заканчивая размещением товара в торговом зале, в гардеробе многих мужчин не оказалось бы такой удобной и популярной вещи, как чиносы²⁴ (Jarnow & Dickerson 1997). Некоторые авторы (Sahlins 1976; Baudrillard 1981; Baudrillard 1988) считают подход Маркса грубо материалистическим, поскольку его прежде всего интересует производительность труда и нисколько не занимают такие его аспекты, как качество и эстетическая ценность производимой продукции, – достаточно, чтобы она обладала какой-то функциональностью. Однако это ошибочная трактовка. Фактором, дополнительно искажающим восприятие марксистской концепции, стали ущербные плоды коммунистического производства – такие, как в течение десятилетий производившийся в Восточной Германии легковой автомобиль «Трабант» и безликий френч, намертво слившийся с фигурой китайского лидера Мао Цзедуна. Причины, по которым в государствах коммунистической направленности появлялись подобные диковины, слишком сложны для того, чтобы обсуждать их в рамках данной статьи; и все же замечу, что их следует рассматривать как доказательства отчуждения труда или отсутствия подлинной демократии и контроля со стороны рабочих, а система, существовавшая в ГДР и КНР, в действительности не была коммунистической и скорее должна называться государственным капитализмом (Cliff 1988). Само ее появление опорочило и извратило идеи Маркса, который отстаивал не право государства на собственность и прибыль от средств производства, но право рабочих осуществлять демократический контроль над трудовым процессом ради удовлетворения человеческих потребностей.

Центральное место в трудах Маркса занимает исполненная глубокого смысла концепция труда, который рассматривается как активная, созидательная форма «родового бытия», свойственная нашей природе и отличающая человека от всех других существ. Маркс и Энгельс признают, что капитализм стимулировал развитие этого продуктивного потенциала, но резко критикуют буржуазную эпоху (Marx & Engels 1998: 38) за то, что она создала мир фантастического

²³ Раскрой, пошив, отделка. – *Прим. пер.*

²⁴ Легкие хлопковые брюки, занимающие в неформальном мужском гардеробе не менее важное место, чем джинсы. – *Прим. пер.*

изобилия товаров, наслаждаться которым могут лишь немногие, тогда как большинство ради его достижения подвергается жестокой эксплуатации. Таким образом, для Маркса потребление всегда сопряжено с негативными ассоциациями, поскольку при капиталистических социальных отношениях доступность товаров на любых рынках определяется тем, сколько у потенциального покупателя денег, или его кредитоспособностью (Fine & Leopold 1993). Маркс был убежден, что с этой противоречивой ситуацией, а заодно с отчуждением, отвращающим человека от его творческого потенциала и естественной потребности в труде, можно покончить лишь в том случае, если будут упразднены сдерживающая роль классовых отношений, частная собственность на средства производства и капиталистический контроль производственных процессов.

Вчитавшись в тексты Маркса, можно понять, что он высоко ценил огромный творческий потенциал, позволяющий трудящемуся человеку создавать всевозможные вещи, в том числе предметы одежды, подчас поражающие своим качеством. К примеру, это становится ясно, когда в Первой книге «Капитала» (1867) мы читаем: «Паук совершает операции, напоминающие операции ткача, и пчела постройкой своих восковых ячеек посрамляет некоторых людей-архитекторов. Но и самый плохой архитектор от наилучшей пчелы с самого начала отличается тем, что, прежде чем строить ячейку из воска, он уже построил ее в своей голове»²⁵ (Marx 1990: 284). В другой работе²⁶ Маркс рассуждает о том, чем созидательный труд человека отличается от продуктивной деятельности животных: «Животное, правда, тоже производит. Оно строит себе гнездо или жилище, как это делают пчела, бобр, муравей <...> Но животное производит лишь то, в чем непосредственно нуждается <...> оно производит односторонне, тогда как человек производит универсально: оно производит лишь под властью непосредственной физической потребности, между тем как человек производит даже будучи свободен от физической потребности, и в истинном смысле слова только тогда и производит, когда он свободен от нее» (Marx 1844: n.p.). Таким образом, в понимании Маркса труд, как присущая нам форма «родового бытия», включает в себя осознанный замысел и эстетическую проработку, выходящую за пределы насущной потребности. Именно это качество создаваемых нами вещей определяет уникальность нашего подхода к производству и делает его культурным феноменом, поскольку люди – единственные существа, которые выстраивают объекты, соотносясь с законами красоты (Ibid.).

Хотя эти слова идут вразрез с суждениями, в которых взгляды Маркса оцениваются как грубо материалистические, или продуктивистские, они наводят на мысль о том, что главнейшее свойство моды, делающее ее столь мощным культурным феноменом, – это двойственное назначение одежды. В Первой книге «Капитала» Маркс дает определение, согласно которому товар – это предмет, призванный «удовлетворять какие-либо человеческие потребности», и это могут быть как потребности «желудка», так и потребности «фантазии»²⁷ (Marx 1990: 125). Из этого можно сделать вывод, что мода – это игра, где форма подчинена функциональности и вместе с тем поставлена над функциональностью. Так, выбирая обувь, мы думаем не только о ее практичности и надежности – мы выбираем определенный стиль обуви; будут ли это лоферы или броги, ботинки или кроссовки, зависит от целого ряда соображений, в котором есть социальные, символические и эстетические составляющие.

В отличие от авторов, пишущих именно о моде, – хотя и среди них есть некоторые исключения (см.: Brahm 1997; Entwistle 2000; Entwistle 2011; Fine & Leopold 1993; Phizacklea 1990), – Маркса интересовал не только креативный или эстетический потенциал вещей, и он

²⁵ Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. М.: Государственное издательство политической литературы, 1960. Т. 23. С. 189. – Прим. пер.

²⁶ Рукописи «Отчужденный труд». – Прим. пер.

²⁷ Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. М.: Государственное издательство политической литературы, 1960. Т. 23. С. 43. – Прим. пер.

был далек от абстрактных рассуждений об их выразительности. Он твердо придерживался одной линии, исследуя условия, в которых производятся товары, – условия, связанные с систематической эксплуатацией человеческого труда. Он намеревался разобраться в порождаемых ими противоречиях, которые приобрели особую остроту при капитализме. Проявлением этих противоречий стали и гримасы моды, которые Маркс мог видеть не только благодаря собственному безрадостному опыту, когда в очередной раз лишился сюртука. По-настоящему его занимали куда более страшные проблемы, и в том числе вопрос, почему производство на службе моды принимает такие жестокие, бесчеловечные формы. В Первой книге «Капитала» он описывает реалии текстильной индустрии, швейных мастерских и других предприятий, имеющих отношение к производству одежды, и ясно демонстрирует, что создание каждого модного наряда требует эксплуатации рабочей силы. И здесь, и в других своих работах он говорит о том, что отчуждение труда – это условие, необходимое для того, чтобы трудящиеся создавали то, что он называет «чудесами и красотами сверх необходимости», за которые рабочим приходится расплачиваться страданиями и увечьями (Marx 1963; цит. по: Molyneux 2012: 12–13).

Нищету и бедственное положение, в которое английских рабочих привело стремительное увеличение объема производства всех видов товаров и рост индустриальных городов в 1840-х годах, описывает и Энгельс, чей отец владел текстильной фабрикой в Манчестере. Говоря о «15 тысячах швей, в основном молодых женщин», вынужденных не только работать по 15–18 часов в сутки, но также есть и спать в мастерских, он замечает: «Любопытно, что производство именно тех предметов, которые служат леди из буржуазного круга для украшения их неповторимых персон, чревато самыми печальными последствиями для здоровья работниц» (Engels 2009: 12). У Маркса вызывали яростное негодование «убийственные капризы» моды, требовавшей человеческих жертв в угоду своей стилистической изменчивости; он напоминает о трагедии Мэри Энн Уокли, двадцатилетней модистки, которая, проработав без перерыва 26 с половиной часов, умерла «от чрезмерного труда»²⁸ (Marx 1990: 365). В свете этих обстоятельств нетрудно понять, почему Маркс уповал на появление швейных машин и промышленных инноваций, которые сыграют «решающую революционную роль»²⁹ (Ibid.: 443) в преобразовании всего производства одежды. Однако надежды Маркса себя не оправдали, поскольку появление промышленных швейных машин не ослабило эксплуатацию, но сделало ее еще более тягостным. Почему ни это, ни другие технологические усовершенствования не внесли радикальных изменений в процесс производства одежды и по сей день не вывели его за рамки старого алгоритма СМТ? Поняв это, мы получим ключ к пониманию противоречивого или амбивалентного статуса моды. Так что сегодня мы по-прежнему нуждаемся в марксистской точке зрения, чтобы видеть, как в модной индустрии сосуществуют светлое и темное начала.

Прибавочная стоимость, потогонная система и конкуренция

Чтобы объяснить, как в процессе социальных взаимоотношений между капиталистом и рабочими создается прибавочная стоимость, или прибыль, Маркс вывел всеобщую формулу капитала, а точнее, формулу товарного обращения при капитализме: Д – Т – Д (деньги – товар – деньги)³⁰ (Marx 1990: 248–57). Она наглядно показывает, что капиталисты или буржуазия, как класс, владеющий средствами производства, делает деньги, извлекая прибыль из труда рабочих, а этот численно превосходящий класс продает свою рабочую силу за заработную плату,

²⁸ Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. М.: Государственное издательство политической литературы, 1960. Т. 23. С. 265. – Прим. пер.

²⁹ Там же. С. 483. – Прим. пер.

³⁰ Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. М.: Государственное издательство политической литературы, 1960. Т. 23. С. 158–166. – Прим. пер.

которая необходима ему для выживания. Рассматривая этот процесс шаг за шагом, Маркс утверждает, что капиталист авансирует деньги: он использует деньги (Д) в форме заработной платы, чтобы покрыть стоимость рабочей силы, то есть приобрести ее у рабочих как товар (Т). Но – что важнее всего – ценность того, что производится совокупным трудом рабочих, обозначенная в формуле Маркса второй Д, всегда превосходит размер инвестиций, то есть количество денег, которые выплатил рабочим капиталист. Следовательно, в виде заработной платы рабочие получают лишь часть от общей стоимости того, что они произвели. Маркс утверждает, что «стоимость каждого товара определяется количеством труда, материализованного в потребительной стоимости товара, рабочим временем, общественно необходимым для его производства»³¹. Общественно необходимое рабочее время – это время, которое в среднем, с учетом типичного для данного общества уровня технологий и качества орудий труда, требуется для производства товаров, стоимость которых достаточна для выплаты рабочим заработной платы в размере, необходимом для удовлетворения основных жизненных потребностей – чтобы на следующий день рабочий вернулся к своим трудовым обязанностям накормленным, одетым и физически и культурно отдохнувшим. Таким образом, для Маркса истинная ценность или стоимость любого товара измеряется количеством труда, или затраченного на его создание общественно необходимого рабочего времени. Согласно его трудовой теории стоимости, в том случае, если рабочий за четыре часа производит продукцию, стоимость которой достаточна, чтобы обеспечить его существование, остальную часть восьмичасового рабочего дня он трудится фактически бесплатно и на протяжении четырех часов создает прибавочную стоимость для капиталиста, на которого работает. Прибавочная стоимость – это избыточная ценность, которую рабочие создают «вследствие количественного излишка труда» и недополучают в виде заработной платы, что позволяет капиталисту получить денежную прибыль, когда товар продан.

Так выглядит картина в целом. Но вернемся к производству модных товаров. У него есть специфические особенности, в силу которых уровень заработной платы рабочих (стоимость их общественно необходимого рабочего времени) на предприятиях, связанных с изготовлением предметов одежды, был и гарантированно остается чрезвычайно низким. Как известно из истории, переход к изготовлению готового платья не нарушил традиций старой феодальной системы домашнего производства, уже упоминавшейся выше. Доиндустриальная подрядная система, в английском языке получившая название «the putting-out system» (Hobsbawm, цит. по: Lemire 1997: 55), держалась на взаимодействии выполнявших посреднические функции поставщиков или заказчиков и исполнителей. Поставщики обеспечивали прядильщиков куделью, ткачей нитками, швей и портных тканями, а те обрабатывали полученные материалы, превращая их, соответственно, в нитки, ткани и предметы одежды, за что получали определенную плату. В этой системе взаимоотношений рабочие обладали определенной властью, так как продавали нанимателям продукт своего труда, а не свою рабочую силу. Иными словами, рабочая сила еще не была товаром. В конце XVIII – начале XIX века контроль над своим трудом утратили ткачи, поскольку механизация ткацких станков существенно сократила количество времени, необходимого для производства тканей. В результате стоимость рабочей силы, задействованной в текстильном производстве, резко упала, лишив ткачей тех средств, которые они получали и могли тратить на жизнь прежде. Они уже не могли быть конкурентоспособными как самостоятельные производители и были вынуждены продавать не продукт своего труда, а свою рабочую силу, и продавать очень недорого.

Касаясь примеров, связанных с производством одежды, Маркс замечает, что стремление повысить доходность за счет сокращения времени, необходимого для ее изготовления, и, соответственно, уменьшения стоимости рабочей силы здесь принимает иную форму. В Первой

³¹ Там же. С. 198. – *Прим. пер.*

книге «Капитала» он цитирует изданный в 1864 году отчет Комиссии по надзору за детским трудом (The Children's Employment Commission), где, в частности, говорилось: «Когда работа проходит через руки многих лиц, каждое из которых получает долю прибыли <...> плата, действительно получаемая работницей, [бывает] чрезвычайно ничтожна»³² (Marx 1990: 695). По мнению Анни Физаклиа (Phizacklea 1990), медленное эволюционирование сложившейся системы подрядного или рассредоточенного производства, в которую было вовлечено множество мелких мастерских и кустарей-надомников, указывает на то, что в этой сфере было мало стимулов для внедрения технических инноваций. Кому бы пришло в голову инвестировать капитал в приобретение дорогостоящих машин, если для эксплуатации доступны неисчерпаемые ресурсы дешевой рабочей силы – женщины, дети, мигранты, а позднее еще и рабочие из стран третьего мира. Все те, кого Маркс назвал «резервной армией»³³ капиталистического производства (Marx 1990: 781).

Именно Маркс объяснил, как и почему потогонная система стала главной силой, приводящей в движение цепочку производства предметов одежды. Он указал на то, что решающую роль здесь играют «паразитирующие посредники», или «комиссионеры» (Leopold 1992), чья прибыль «образуется исключительно за счет разницы между ценой труда, уплачиваемой капиталистом, и той частью этой цены, которую посредники действительно оставляют рабочему»³⁴ (Marx 1990: 695). Более того, внедрение таких агентов, выступающих посредниками между магазинами и фабрикантами, с одной стороны, и кустарями, с другой, способствует введению «поштучной оплаты»³⁵ (Ibid.). Хотя на первый взгляд поштучная оплата выглядит как естественное продолжение подрядной системы – ведь посредник покупает у надомника не его рабочую силу, а продукт его труда, – в действительности эта система, позволяющая таким комиссионерам передоговариваться с работниками, изменяя условия оплаты, заставляла занятых в производстве одежды наемных рабочих трудиться со все возрастающей интенсивностью, и это происходило повсеместно. При этом установление фиксированного размера оплаты за «штуку производимого продукта», например за один сшитый предмет одежды, избавлял организатора от необходимости контролировать рабочий процесс: «Так как качество и интенсивность труда контролируются здесь [при производстве одежды] самой формой заработной платы, то надзор за трудом становится в значительной мере излишним»³⁶ (Ibid.: 695). Таким образом, поштучная оплата вывела прибавочную стоимость на более высокий уровень, ужесточив эксплуатацию. И хотя трудовые доходы части рабочих, в основном тех, кто был готов лечь костью, лишь бы изготовить и продать больше вещей, несколько превысили среднюю заработную плату, в целом это снизило средний заработок на швейных производствах (Ibid.: 697), поскольку сокращение времени, затрачиваемого на изготовление каждого предмета одежды, уменьшает стоимость овеществленной в ней рабочей силы, что губительно сказывается на положении рабочих.

Итак, мы пришли к выводу, что, используя поштучную оплату как инструмент давления и заставляя с его помощью сокращать количество времени, требующееся для изготовления предметов одежды, агенты и субподрядчики снизили стоимость рабочей силы в этой производственной сфере до абсолютного минимума. Это способствовало не только увеличению доходов самих посредников, но также дальнейшему распространению субаренды труда, системы субподрядов и потогонной системы: теперь, чтобы обеспечить себе прожиточный минимум, нужно было производить все больше и больше вещей (Ibid.). В таких условиях рабочим-надомникам и владельцам небольших мастерских пришлось привлекать к работе членов своих семей, вклю-

³² Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. М.: Государственное издательство политической литературы, 1960. Т. 23. С. 564 (сноска). – Прим. пер.

³³ Там же. С. 643 и др. – Прим. пер.

³⁴ Там же. С. 564. – Прим. пер.

³⁵ Там же. – Прим. пер.

³⁶ Там же. – Прим. пер.

чая детей, чтобы попытаться увеличить количество изготавливаемых изделий и тем самым компенсировать их обесценивание. И наконец, Маркс утверждал, что небольшой размер и дешевизна являющихся частью основного капитала средств производства – швейных машин, которые стали повсеместно внедрять в 1850-х годах (Ibid.: 603), – обострили конкуренцию между кустарными производителями, поскольку такое оборудование было относительно недорогим и достаточно компактным для того, чтобы его можно было разместить и использовать практически где угодно. Он заметил, что в тех сферах производства, которые в основном принадлежат мелкому капиталу, «конкуренция свирепствует <...> прямо пропорционально числу и обратно пропорционально величине соперничающих капиталов»³⁷ или производителей (Ibid.: 777). Описанная Марксом полтора века назад, эта динамика эксплуатации и конкуренции была и остается решающим фактором, определяющим рыночную востребованность производителей модной одежды, которые зачастую вынуждены выйти из игры, едва успев в нее войти (Leopold 1992). Сегодня в Бангладеш и других развивающихся странах маленькие фирмы, занимающиеся пошивом одежды, конкурируя друг с другом, постоянно сбивают цену в надежде заключить очередной контракт с кем-то из агентов, занимающихся поиском субподрядчиков для работы на глобальные розничные сети, такие как Walmart, Primark, The Gap, H&M и Arcadia Group (которой, в частности, принадлежит TopShop). И в то время, когда крупные игроки благодаря такому аутсорсингу минимизируют собственные риски и расходы, связанные с производством одежды, расплачиваться за раздутые корпоративные прибыли и доступность дешевого готового платья по-прежнему приходится рабочим и работницам швейных фабрик.

Товарный фетишизм и мода

Раньше, чем кто бы то ни было, Маркс и Энгельс в «Манифесте Коммунистической партии» (Marx & Engels 1998) заявили, что капитализм стремительно наступает, превращаясь в господствующую мировую систему. Это означает, что ресурс обесцененной рабочей силы – «резервная армия», которую можно пустить в дело, когда потребуется повысить интенсивность производства, – в конечном итоге стал глобальным, поскольку в него влилось население стран, где стоимость общественно необходимого рабочего времени снижена до предела. Контраст между ослепительным сиянием, волшебными образами и ажиотажем, наполняющими созданное ведущими игроками глобального розничного рынка пространство потребления, и его погруженной во мрак оборотной стороной, скрывающей сферу производства, усиливается, потому что способы производства выбираются, исходя из того что одежда – это товар, предназначенный для получения прибыли на конкурентном мировом рынке. Таким образом, на каждом этапе своего производства мода эксплуатирует труд всех, кто вовлечен в ее сложную и большей частью непрозрачную цепь поставок.

Маркс был убежден, что отчуждение, лишившее рабочих собственных средств производства, негативно сказалось на нашем «родовом бытии». В результате у человека сложились новые и зачастую опасные взаимоотношения с миром вещей. Маркс назвал их «товарным фетишизмом» (Marx 1990: 163), подразумевая под этим термином веру в заключенную в предметах, продаваемых потребителям как товары, силу, которая способна изменить жизнь человека. И здесь мода может служить образцовым примером. Все инвестированные в моду надежды и мечты, все символические значения, которыми она наделяется благодаря маркетингу, кинематографу и публичным образам звезд (Church-Gibson 2012; Miller 2011), существуют на основании единственного общего условия – труда и того, что случается, когда

³⁷ Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. М.: Государственное издательство политической литературы, 1960. Т. 23. С. 640. – Прим. пер.

контроль над ним отчужден, то есть утрачен и более для нас не доступен. В Первой книге «Капитала» Маркс пишет, что «богатство обществ, в которых господствует капиталистический способ производства, выступает как „огромное скопление товаров“»³⁸ (Marx 1990: 165). В сущности, он говорит, что это колоссальная совокупность вложенного труда, серия большей частью скрытых от потребителей взаимосвязанных, устремленных к единой цели созидательных актов, или действий. Он объясняет «таинственность товарной формы» тем, что «это – лишь определенное общественное отношение самих людей, которое принимает в их глазах фантастическую форму отношения между вещами»³⁹ (Ibid.). Данное утверждение, передающее самую суть марксистской теории товарного фетишизма, обнажает глубокий зазор между фасадом моды, предстающим перед нами как пиршество для глаз на подиумах и в торговых центрах, и ее фундаментом и системой жизнеобеспечения, функции которых отведены продуктивному труду. Капитализм возникает, когда сфера производства отделяется от сферы потребления, а средства производства перестают принадлежать работникам, непосредственно задействованным в производственном процессе. Таким образом, капитализм – это система, основанная на производстве товаров, предназначенных на продажу ради получения рыночной прибыли, обмене рабочей силы на заработную плату, а полученных в качестве заработной платы наличных денег на товары. Она включает в себя общественный труд, вкладываемый в создание моды, но при этом стремится скрыть его более масштабные социальные и экологические последствия, чреватые потерями как для человечества, так и для всей планеты. Более того, убежденный прежде всего в том, что наше созидательное «родовое бытие» подразумевает наличие у нас способности изменять себя, изменяя окружающий мир, Маркс считал, что товарный фетишизм грозит подорвать в нас чувство ответственности, связанное с осознанием данной нам власти творить историю и изменять ее ход.

Когда итальянский политэкономист Галиани утверждает: «стоимость есть отношение между двумя лицами» (Galiani, цит. по: Marx 1990: 167), – Маркс уточняет, что это «отношение, прикрытое вещной оболочкой»⁴⁰ (Ibid.). Но иногда оболочка модных товаров, обычно скрытая от нас пеленой фетишистского наваждения, порождаемой брендингом, рыночными ухищрениями, дистанцированием и погружением в рутину, дает трещину.

24 апреля 2013 года в Бангладеш обрушилось многоэтажное здание «Рана-Плаза», в котором находилось несколько швейных цехов, где изготавливалась модная одежда для Primark и других розничных сетей. Погибло более 1100 человек, тысячи других получили травмы и увечья. Эта катастрофа заставила человечество хотя бы ненадолго обратить внимание на рассредоточенную по всему миру сорокамиллионную армию СМТ – рабочих-субконтрактников, занятых в производстве вещей категории фаст-фешен (Siegle 2013). По сути, первопричина живучести потогонной системы на предприятиях, обслуживающих нужды моды, – это возникшее при капитализме сочетание классово обусловленной эксплуатации и конкурентной борьбы фирм-производителей. И в этом отношении наше время мало чем отличается от эпохи, когда жил и работал Маркс. Сто лет назад, 25 марта 1911 года, Бесси Габрилович «ощупью пробиралась в дым, чтобы спуститься на улицу», во время пожара на нью-йоркской фабрике Triangle, производившей женские блузки. Многие работницы «выпрыгивали из окон верхних этажей»; всего за полчаса погибли 147 швей и других сотрудников предприятия (Anon 2000). Прошел сто один год, и 24 ноября 2012 года другая женщина, Шати Актер Шачона, оказалась в числе тысячи работниц, застигнутых пожаром в цехах швейной фабрики Tazreen Fashions, находившейся в столице Бангладеш Дакке и выполнявшей заказы компаний Walmart и C&A.

³⁸ Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. М.: Государственное издательство политической литературы, 1960. Т. 23. С. 43. – *Прим. пер.*

³⁹ Там же. С. 82. – *Прим. пер.*

⁴⁰ Там же. Сноска. – *Прим. пер.*

В не оборудованном противопожарной системой здании огонь распространялся так стремительно, что женщинам, работавшим на четвертом этаже, пришлось выпрыгивать из окон; Шати Актер Шачона выжила, 112 ее коллег погибли (Ethirajan 2013).

Заключение. Марксизм – курс, определивший будущее

Прожив 65 лет, Карл Маркс скончался в 1883 году и был похоронен на Хайгейтском кладбище в Лондоне, городе, который он избрал в 1849 году для своей политической эмиграции. И хотя в британской прессе не было сообщений о его похоронах, это не умаляет значимости его трудов – вряд ли найдется много людей, сомневающих в том, что Маркс повлиял на ход истории XX века и облик мира, в котором мы живем сегодня. Идеи Маркса вдохновляли революционное рабочее движение, побуждая к восстанию против режима. Так под руководством партии большевиков свершилась революция 1917 года в России – первая победоносная рабочая революция, положившая конец варварской тирании царизма и бессмысленной бойне Первой мировой войны. К сожалению, высказанные в работах Маркса идеи не раз использовались для оправдания других тираний и репрессий. Но когда, по прошествии нескольких десятилетий, вскрылся обман и стало очевидно, что сложившийся в Советской России и избравших революционный путь странах Восточной Европы режим, позиционировавший себя как «реально существующий социализм», в действительности является не чем иным, как «государственным капитализмом» (Callinicos 1991), идеи Маркса вновь обрели большую армию приверженцев.

Сегодня труды Маркса становятся важнейшим источником для тех, кто ищет альтернативу курсу, ведущему к все более стремительному углублению классового неравенства, усилению эксплуатации и глобальной экологической катастрофе. Они вдохновляют экономистов, которые хотят понять истинные причины финансового краха 2008 года и последовавшего за ним мирового кризиса, они воодушевляют активистов международного социально-политического движения «Оссиру» и революционеров «Арабской весны». Обладая глубоким экологическим сознанием, Маркс утверждал, что демократический общественный контроль над процессом труда, являющимся формой нашего «родового бытия», – это не только ключ к освобождению общества от классового неравенства, но также условие его здорового, заложенного в самой природе человеческого рода «метаболизма» и по-настоящему надежного будущего (Marx 1990: 283). Перечитывать и переосмысливать работы Маркса – это очень по-человечески, потому что мы существа, обладающие чудесной способностью изобретать и создавать «красоты сверх необходимости», что демонстрируют лучшие образцы моды. Обращение к Марксу, несомненно, своевременно и необходимо для исследователей моды, поскольку мода – «дитя капитализма». И критический взгляд на моду сквозь призму марксистских идей только углубит наше понимание этого феномена.

2. Зигмунд Фрейд. Больше чем фетиш: мода и психоанализ

ДЖЕНИС МИЛЛЕР

Введение

Вряд ли найдется много людей, по крайней мере на Западе, которые бы ничего не знали о Зигмунде Фрейде и его идеях, хотя бы в обобщенном, сенсационно переиначенном, искаженном виде. Фрейд родился в 1856 году в еврейской семье в городе Фрайберг в Австрийской империи (современный Пршибор, Чехия) и умер в 1939 году в Лондоне. Однако большую часть жизни он провел в Вене, откуда бежал, когда в Австрии, оказавшейся под контролем нацистской Германии, установился жесткий антисемитский режим. Фрейд называл себя «еврейским безбожником» (Simmons 2006: 111; также см.: Gay 1987), и его еврейское происхождение было свойством, во многом определявшим отношение к нему «в мире, где антисемитизм свирепствовал» (Ibid.) задолго до того, как нацизм обрел полную силу. В 1881 году в Вене Фрейд получил степень доктора медицины и в 1886 году открыл частную практику. Он лечил пациентов с ментальными расстройствами, используя гипноз, а позднее и «терапевтические беседы». Но только в конце 1890-х годов Фрейд назвал свой метод психоанализом.

В этой главе будут рассмотрены различные возможности применения фрейдистских идей и понятий для исследования и понимания моды, ее образов и медиа. Несмотря на то что существует ряд позитивных примеров подобной востребованности психоанализа, он все еще остается недооцененным как возможная концептуальная основа для анализа моды. Задача данной главы – доказать, что психоанализ следует рассматривать как средство, с помощью которого можно обновить и дополнить привычную теоретическую базу исследований моды, базу, где ведущая роль обычно отводится социологическому подходу, тогда как в свете психоанализа можно узнать многое о роли моды в культурной жизни.

Фрейд и сексуальность: прошлое и настоящее

Фрейд был плодовитым автором – он писал книги, статьи и письма, иные из которых были опубликованы только после его смерти. В своих работах он рассматривал различные аспекты развития личности и грани человеческой деятельности. Вопросы сексуальности и сексуального развития занимают в этих трудах важное место, и именно с ними имя Фрейда чаще всего ассоциируется в массовом сознании. Во времена, когда практиковал Фрейд, сексуальность была явлением, на которое распространялось множество разнообразных запретов – особенно строгих для женщин. И в этом культурно обусловленном подавлении сексуальности он видел первопричину многих невротических симптомов, от которых страдали его пациентки. Несмотря на то что мы живем в эпоху после сексуальной революции 1960-х годов, которая, как принято считать, значительно расширила диапазон дозволенных проявлений сексуальности для представителей обоих полов, в нас по-прежнему не угасает интерес к теме этих возможностей. Более того, сексуальность остается объектом острейшего внимания, как со знаком плюс, так и со знаком минус. В действительности сексуальная революция привела к тому, что появилось множество культурных контекстов, в которых люди испытывают не меньшее давление, чем пациенты и пациентки Фрейда, только теперь это связано с тем, что одни ситуации требуют от них преувеличенно откровенного проявления сексуальности, а другие заставляют всеми силами ее

скрывать. Таким образом, упорядоченная система взглядов – касающихся не только основополагающей роли сексуальности в качестве одного из условий человеческого существования, но также механизмов, которые в силу разных причин формируют некую культуру или индивида, настойчиво побуждая управлять сексуальностью, – продолжает оставаться необходимой. В то же время фрейдистская сосредоточенность на сексуальности позволяет увидеть ее глубокую взаимосвязь с модой, поскольку, как заметил Фред Дэвис, одежда несет на себе печать «озабоченности вопросами сексуальной доступности и эротических предпочтений» (Davis 1994: 81).

Поскольку в работах Фрейда есть нечто такое, что и сегодня продолжает будоражить воображение, сама его фигура зачастую предстает в популярной культуре как архетип психотерапевта. «Тебе срочно к доктору Фрейду» – подобные этой шуточные реплики часто звучат в ответ на заявления и выходки, воспринимающиеся как демонстрация не совсем нормативного отношения к собственной сексуальности, культурным установкам и даже к фигуре собственной матери. «Оговорки по Фрейду», то есть фразы, в которых какое-то слово случайно заменяется другим, выдающим скрытые чувства и мысли, и уподобление фаллическим символам любых предметов, хотя бы отдаленно напоминающих пенис, – это лишь небольшая часть фрейдистских идей, активно входящих в повседневный обиход. Они иллюстрируют многие ключевые положения теории Фрейда, поскольку часто служат отражением культурных установок, разделяющих наши настроения, представления и желания на здоровые и нездоровые. Более того, они указывают на то, что иногда мы позволяем вырваться наружу настроениям, которые, скорее, предпочли бы скрыть, или вообще не осознаем, что в нас заложено. Подобные примеры показывают, насколько мы привыкли к мысли, что личность человека может быть сформирована внутренними психическими конфликтами. А это центральный тезис теории психоанализа и ее производных.

Бессознательное

Человеческая личность может быть сформирована внутренними психическими конфликтами, часто, но не обязательно, имеющими отношение к сексуальности, – это центральный тезис теории психоанализа. По мнению Фрейда, результатом внутренних конфликтов становится невротическое поведение. Причина этого кроется в напряжении, возникающем между тем, чего от нас ожидают и в чем мы отдаем себе сознательный отчет, и той частью нас, которая считается настолько неприемлемой и пугающей, что мы отвергаем или подавляем ее, превращая в бессознательное. Бессознательное – фундаментальное понятие для всех трудов Фрейда. Как пишет Филип Рифф:

Бессознательное – это не просто нечто, о чем мы пока не догадываемся или обычно не задумываемся; в нем скрывается <...> тайна нашего происхождения, о котором мы предпочли забыть. Но забыть о нем не значит упразднить его. Напротив, забывая о каком-то событии или его причинах, мы сохраняем и даже увеличиваем их значимость (Rieff 1959: 37).

Таким образом, в понимании Фрейда бессознательное – это хранилище, куда стекаются все неприемлемые чувства, мысли и стремления, которые должны быть надежно спрятаны или подавлены, чтобы они не вызвали беспокойства и тревоги. Он полагал, что большая часть этой тревожной информации поступает к человеку на ранних стадиях развития, в детстве, и был уверен в том, что внутренние конфликты, которые переживали его пациенты – невротики, возникали из-за перебоев или застоя в их либидинальном развитии. На протяжении всей своей карьеры Фрейд использовал множество терминов для обозначения различных психических сфер, которые могли быть вовлечены в конфликт. К примеру, в своих поздних работах он отказался от использования терминов «сознательное» и «бессознательное» и стал обозначать

различные аспекты психики как «Я», «Сверх-Я» и «Оно». Но какой бы понятийный аппарат ни использовался, Фрейд всегда видел причину невротических симптомов в том, что одна из сторон личности оказывается под гнетом требований или желаний, исходящих от других сторон. Конфликт между различными аспектами психики, который невозможно благополучно свести к компромиссу и тем самым разрешить, также может провоцироваться внешними обстоятельствами. Чтобы понять содержание трудов Фрейда, необходимо вникнуть в суть этой борьбы между сознательными и бессознательными аспектами личности.

Говорил ли Фрейд о моде?

Как заметил Питер Гей, «мы все опираемся на Фрейда, даже если сами этого не осознаем» (Gay 1995: xiii). Поскольку элементы психоанализа прочно внедрились в обыденные суждения, касающиеся человеческой психологии, мы имеем право задать вопрос, который станет главным для этой главы: говорил ли Фрейд что-нибудь о моде? Несомненно, наблюдая за своими пациентами, он понимал, что одежда обладает для них символическими свойствами. Он вел записи, в которых анализировал сны страдавшей агорафобией женщины, и отметил, что в сновидениях она носит шляпу, поля которой опущены вниз с одной стороны больше, чем с другой. Исходя из этой особенности он предположил, что для пациентки эта шляпа – символ мужских гениталий. У женщины такая интерпретация вначале вызвала протест, но позже она, по-видимому, согласилась с его авторитетным мнением и даже поинтересовалась, «почему у ее мужа одно из яичек расположено ниже, чем другое, и свойственна ли та же особенность всем мужчинам» (Freud 1913: 250). Однако шляпа, по мнению Фрейда, в некоторых снах, в зависимости от их содержания, могла означать не только мужские, но и женские гениталии. И это не единственный предмет одежды, который, как ему казалось, мог нести подобную символическую нагрузку, в частности он полагал, что мужчины в своих сновидениях «часто видят галстук, который символически обозначает пенис» (Ibid.: 247).

Эти примеры демонстрируют, что иногда Фрейд сообщает нам нечто о значении одежды, но не о моде, если мы понимаем под этим словом то же, что и Элизабет Уилсон, которая дает следующее определение: «Мода – это такая одежда, в которой главное – быстрая, непрерывная смена стилей»⁴¹ (Wilson 2005: 3). Хотя Фрейд явно признавал, что у одежды, в силу ее тесных взаимоотношений с человеческим телом, есть особый символический потенциал, он не увидел в ней изменчивого знака социальной идентичности, в отличие от наших современников, профессионально занимающихся исследованием моды (см., к примеру: Entwistle 2000; Wilson 2005; Kaiser 2012). Упоминание такой вещи, как галстук, который некогда был непременным атрибутом мужского гардероба, а сегодня утратил эту универсальность, в данном случае недвусмысленно отсылает нас к эстетике той эпохи, в которую жил и работал Фрейд. О роли, которую могли сыграть в формировании образного строя сновидений модные тенденции и обыкновения того времени, или о том, как эти образы могли трансформироваться по мере того, как менялась мода, мы из этого едва ли можем что-то узнать. Открытым остается и вопрос о том, мог ли Фрейд, признай он наличие связи между модой и человеческой идентичностью, глубже постичь природу психики, как в конкретных индивидуальных случаях, так и на уровне коллективных обобщений.

Этот вопрос затронул в своей изданной в 1930 году книге «Психология одежды» Джон Карл Флюгель. По-видимому, Фрейд, как многие мужчины, воспитанные в Викторианскую эпоху, мог считать себя не подверженным влиянию моды, но вместе с тем осознавал ее способность прочерчивать границы тела и индивидуальности: в своей одежде он всегда придержи-

⁴¹ Уилсон Э. Облаченные в мечты: мода и современность. М.: Новое литературное обозрение, 2012. С. 20. – *Прим. пер.*

вался стиля, подходящего respectable викторианцу, носил «хорошо сидящий костюм прекрасного качества, непременно с черным галстуком» (Costigan 1967: 101).

Одеваясь таким образом, Фрейд был воплощенной иллюстрацией одного из введенных Флюгелем ключевых понятий – «великого мужского отречения». Суть его в том, что, как утверждал Флюгель, в XIX веке мужчины сделали выбор в пользу сдержанной, рациональной, respectable манеры одеваться, отказавшись от всякого украшения и нарочитости. Тем самым они наглядно воплощали приверженность ценностям господствовавшей в Викторианскую эпоху маскулинности, в соответствии с которыми мужское тело не могло выступать местом конструирования и выражения идентичности или выполнять декоративную функцию. Единообразие мужского гардероба скорее служило ширмой, за которую прятали тело, чтобы подчеркнуть силу ума и характера – как основу здоровой, нормальной маскулинности. Сходную направленность имел и сам фрейдистский психоанализ, ставивший разум над телом. Как заметила Джойс Макдугалл, «начиная с работ Фрейда, психоанализ отводил языку особую роль в структурировании сознания и в терапевтическом процессе. *Но не вся коммуникация осуществляется посредством языка*» (McDougall 1989: 11). Взаимосвязь между языком и человеческим опытом – одна из обычных аналитических предпосылок как для психоанализа, так и для исследований моды, однако они крайне редко находят другие точки соприкосновения, чтобы объединиться в какую-то единую аналитическую форму. Поэтому в контексте данной главы важной фигурой является Флюгель, который был одним из первых и немногих, кто применил идеи Фрейда для анализа моды. При этом он предложил гипотезу, согласно которой, одеваясь, человек руководствуется тремя факторами: стремлением физически защитить тело, скромностью и желанием приукрасить себя.

В частности, Флюгель рассматривает взглядом психоаналитика конфликт между желанием украсить тело и выставить себя напоказ, которое, как он полагает, связано с инфантильной нарциссической тягой к самолюбанию, и систематически блокирующим это желание культурным требованием скромности. Противоречия и замешательство, неизбежно возникающие в результате столкновения этих зачастую несовместимых потребностей, и создают моду, которая постоянно переодевает тело, отчасти подстраивая его облик под актуальные на данный момент требования приличий, отчасти бросая им вызов – одни части тела пряча от глаз, другие подчеркивая и выставляя на обозрение. У психоаналитического подхода Флюгеля есть недостаток, на который спустя много лет обратили внимание исследователи моды: он не вполне принимает в расчет довлеющие над человеком социоэкономические факторы. Как пишет Фред Дэвис:

это не означает, что Флюгель не осознает или намеренно не учитывает социокультурных контекстов одежды <...> и все же его теоретические предпочтения <...> явно склоняются в сторону истолкования противоречий моды с точки зрения лабильности психики, а не культурно обусловленных и символически опосредованных разломов идентичности (Davis 1994: 84).

Следовательно, для Флюгеля одежда – это материальное проявление тех самых внутренних психических конфликтов, которые являются объектом изучения в психоанализе.

Теория страха кастрации

Пожалуй, одно из самых известных открытий, сделанных Фрейдом в процессе исследования конфликтов, которые, как он полагал, формируют человеческую личность, – это так называемый комплекс или страх кастрации. И как оказалось, тому, кто занимается исследованием моды, бывает полезно обратиться к этой концепции. Страх кастрации неразрывно связан с тем, что Фрейд назвал эдиповым комплексом. Происхождение этого термина связано с греческой

мифологией и историей Эдипа, который, сам того не ведая, убил своего отца и женился на собственной матери. Фрейд использовал этот сюжет как наглядный пример, подтверждающий его гипотезу, согласно которой мальчики идентифицируют себя со своими отцами, поскольку испытывают влечение к собственным матерям, соответственно, отцы воспринимаются ими как соперники, претендующие на любовь и внимание матери, и вызывают в них чувство ревности и глубокой неприязни. Чувство ревности порождает у ребенка тревогу, поэтому оно должна быть подавлено и сублимировано. Кроме того, мальчик боится, что отец заметит его враждебность, захочет отомстить и мезтью станет кастрация; причина этого навязчивого страха, по мнению Фрейда, кроется в том, что мальчик, увидев усеченные женские гениталии своей матери, верит, что ее уже постигла такая ужасная судьба и она была насильственно лишена пениса. Эта и подобные ей идеи не раз подвергались критике со стороны авторов, придерживающихся феминистских взглядов (см., к примеру: Irigaray 1985a; Irigaray 1985b; Silverman 1988; Braidotti 1994; Brennan 2002), за ту центральную роль, которая отводится фаллосу в формировании человеческой субъективности, тогда как женскому желанию и его субъекту в работах Фрейда не остается места. Кроме того, концепция эдипова комплекса вызвала критику еще и потому, что она соотносится лишь с одной моделью семейных отношений – традиционной западной нуклеарной семьей (см.: Spivak 1998). Однако, как пишет Энтони Сторр:

Предположение, будто все маленькие мальчики боятся кастрации со стороны отца, звучит смехотворно, если понимать его буквально. Но если сформулировать мысль иначе и сказать, что маленькие мальчики испытывают сильное беспокойство в связи с потребностью утвердить свою мужскую идентичность, чувствуют соперников в своих отцах и видят источник унижения или угрозы в любом пренебрежительном замечании, касающемся их [маленького] роста, физической слабости, ограниченных способностей и неопытности, большинство людей с этим согласится (Storr 2001: 34).

Механизмы, с помощью которых мальчики могут сублимировать часть этой информации, действительно имеет смысл рассматривать и в рамках исследований моды. В эссе 1927 года, посвященном фетишизму, Фрейд описывает ряд предметов, которые для маленького мальчика могут становиться символическими заменителями пениса, якобы отнятого у его матери. Фетишизм – это бессознательное символическое освобождение от страха кастрации, «залог торжества над [ним] и защиты от него» (Freud 1961: 154). Соответственно, обзаводясь фетиш-объектом, мальчик пытается придать некую материальную форму воображаемому потерянному пенису матери. Клэр Тейлор так поясняет этот механизм:

Фрейд убежден, что маленький мальчик становится фетишистом, чтобы воссоздать образ матери – фаллической женщины, потому что страх, возникающий, когда он представляет ее «кастрированной», слишком велик. Мальчик отказывается воспринимать мать кастрированной и использует фетиш, чтобы зафиксировать свое сознание на том моменте, который предшествовал ужасающему открытию (Taylor 2003: 81).

Тема моды и одежды в рассуждениях о фетишизме затрагивается двояко. Во-первых, мы непременно подумаем, что речь идет об одежде, встретив утверждение подобное этому: «Многие мужчины способны достичь сексуального удовлетворения только при соприкосновении со специфическими материальными объектами <...> такими, как мех или бархат» (Mirzoeff 1999: 157), – ведь это материалы, из которых чаще всего изготавливают одежду. Во-вторых, согласно утверждению самого Фрейда, существует естественная синергия между одеждой и фетишизмом, поскольку «часто фетиш-объекты – это туфли, сапоги, ступни, бархотки и кусочки меха, потому что в большинстве случаев мальчик делает открытие, когда заглядывает [женщине] под юбку» (Taylor 2003: 81).

Мода и фетишизм

Взаимоотношения фетишизма и моды стали главной темой книги Валери Стил «Фетиш. Мода, секс и власть», изданной [на английском языке⁴²] в 1996 году. Стил рассматривает взаимосвязи между фетишизмом и модой более широко, чем это делает Фрейд. Ее интересует, как мода связана с сексуальностью, но также почему модный мейнстрим приобретает все больше фетишистских черт. В ее исследовании фетишистская одежда понимается не только как объект фантазий и почтительного созерцания на расстоянии, но также как элемент реальных практик ношения и обладания. Стил описывает феномен «фаллической женщины», которая в воображении фетишиста замещает образ «кастрированной» матери; ее атрибутом может быть один из многих предметов одежды, обладающих мощным символическим потенциалом, от туфель на запредельно высоких каблуках-шпильках до фактурных материалов, таких как кожа и мех. Барбара Крид пишет о частом смешении образов «фаллической женщины» и женщины кастрирующей: в такой трактовке «фаллическая женщина» – это женщина, которая «либо сама имеет фаллос или фаллический символ, либо присвоила себе мужской фаллос, удерживая его внутри» (Creed 1993: 153). У Стил «фаллическая женщина» та, кто использует моду, чтобы материально воплотить идею власти, которая может быть воспринята как угроза традиционной маскулинности, нанося устоявшиеся в моде знаки маскулинности на женское тело. Так, утверждает Стил, женщины в униформе, обозначающей институциональную власть, могут становиться фетиш-объектами. Она напоминает нам о том, что признавал и сам Фрейд: фетиш-объектами могут быть не только вещи, но также части тела, все тело и человек как таковой.

Поскольку авторы, пишущие о моде и популярной культуре, стали активно использовать язык фетишизма, важно помнить о том, что настоящему, клиническому фетишисту доставить удовольствие может только его собственный фетиш-объект, поэтому он «с большей вероятностью предпочтет остаться дома и еще раз как следует начистить ботинки, вместо того чтобы пойти в кино и увидеть прелести Марлен Дитрих, облаченной в черное кружево и туфли на высоких каблуках» (Weiss 1994: 5). Подобные замечания также служат напоминанием о том, что мода, интерпретируя фетишистские мотивы, как правило, прибегает к символам, в которых гораздо больше гламура, чем в тех обыденных примерах, которые мы находим в работах Фрейда. Здесь следует отметить, что работа Стил демонстрирует, как значение понятия «фетишизм», изначально сформулированное в психоанализе, расширяется и утрачивает четкость границ, когда его используют в культурологическом анализе. Стил интересуют как свойства самих вещей-фетишей, так и фетишистская образность, служащая источником власти, в особенности для женщин, и основополагающая роль моды в этих символических трансформациях. Но труды Фрейда содержат не только богатую концептуальную канву, позволяющую осмыслить бытование фетишистских мотивов в моде. Фрейдистские идеи значительно повлияли и на наше восприятие зрительских практик, которые исключительно важны для понимания роли визуальных образов в формировании модного тела.

Взгляд

Из рассуждений Фрейда понятно, что фетишиста создают зрительные впечатления. Визуальной информации отводится ведущая роль во многих аспектах психоанализа, и это отчасти объясняет, как сюжеты, берущие начало в кабинетах психотерапевтов, перетекают из медицинских дискурсов в дискурсы культурологического анализа. Как полагают Энтони Эллиот и

⁴² См.: Стил В. Фетиш. Мода, секс и власть. М.: Новое литературное обозрение, 2014. – Прим. пер.

Брайан Тернер, все работы Фрейда посвящены креативной деятельности человеческого разума и воображения, но «ирония заключается в том, что, посвятив всю свою жизнь исследованию творческого русла бессознательных фантазий индивида, Фрейд <...> с тем же упорством отказывался признавать роль Воображаемого в обществе» (Elliot & Turner 2012: 117). Эстафету подхватил Жак Лакан, который еще в середине XX века призвал вернуться к Фрейду и трансформировал идеи психоанализа в систему, «выстроенную в соответствии со спецификой культурологического анализа и не предназначенную для использования в терапевтической практике» (Mirzoeff 2009: 169). Как и Фрейд, Лакан (Lacan 2001) сосредоточил внимание на взгляде, полагая, что это основа процесса, формирующего сознание собственного «я» или «субъективность»; введенное Лаканом понятие «стадия зеркала» описывает момент, когда субъект – ребенок приблизительно полугодичного возраста – начинает узнавать себя в зеркале и при этом видит улучшенную версию себя, с которой себя идентифицирует, но вместе с тем это изображение вызывает в нем чувство отчуждения. Согласно Лакану, изображение в зеркале – это идеализированный образ ребенка.

Потенциал, который несут в себе эти идеи Фрейда и Лакана, особенно заинтересовал теоретиков кино, которые с их помощью попытались объяснить суть взаимоотношений между зрительской аудиторией и изображением, проецируемым на экран. В 1975 году Лора Малви использовала лакановскую концепцию взгляда (*gaze*), чтобы доказать, что просмотр фильма – это процесс, у которого есть две основные функции. Во-первых, он приносит удовольствие, когда человек на экране предстает как объект желания – подвергается объективации, – создавая образ, который увлекает нас настолько, что мы с головой погружаемся в просмотр. Во-вторых, он играет основополагающую роль в идентификации, а следовательно, и в формировании идентичности – это положение напрямую перекликается с лакановской концепцией «стадии зеркала». Таким образом, в своей теории кино Малви разъясняет, что:

В лакановской концептуальной версии фрейдистского психоанализа обычный взгляд стал Взглядом (*gaze*) <...> Это не нейтральный (*look*) и не беглый взгляд мимоходом (*glance*). Лакановский взгляд – это средство построения идентичности смотрящего, который таким образом отделяется от того, на что смотрит. В то же время взгляд заставляет нас осознать, что на нас могут смотреть со стороны, и это осознание становится неотъемлемой частью идентичности (Mirzoeff 2009: 171).

Еще в 1972 году Джон Берджер указал на связь между изображением и положением женщины в культуре (в широком смысле этого слова) и таким образом соединил психоаналитическую концепцию взгляда с культурологическим анализом гендерной идентичности. Он заметил, что европейской визуальной культуре – начиная с живописи, на протяжении всей ее истории, и заканчивая современными ему рекламными изображениями – сложилась определенная манера репрезентации, которая объективирует женщин, превращая их в зрелище и приписывая им пассивность. На соответствующих этой традиции изображениях женщины не выглядят живыми, дышащими, мыслящими людьми. Ничто не говорит о том, что женщины – это сложная, весьма неоднородная группа. Напротив: они стереотипны. Как уже было сказано, разные авторы рассматривали взгляд как средство формирования идентичности; Берджер, в свою очередь, увидел суть проблемы в том, что в силу сложившегося в репрезентационной традиции стереотипа женщины исторически были почти лишены власти, которая могла бы влиять на репрезентацию. Таким образом, от женщины практически не зависело то, как ее изображают, и устоявшийся канон определял то, что ценится в женщинах и как они сами мыслят собственную ценность. В результате любые изображения женщин обладают потенциальной способностью формировать не только ожидания, предъявляемые обществом к женщинам как социальной группе, но и то, чего женщины ждут и требуют сами от себя. Ведь, как утверждает

Берджер, в образах заложен мужской взгляд, и следовательно, они заставляют каждого из нас принять мужскую точку зрения, независимо от того, к какому полу и гендеру мы принадлежим.

Концепция взгляда в исследованиях моды использовалась как критический инструмент, позволяющий проанализировать способы репрезентации тела в различных медиа и системах образности. Лесли Рабин обвиняет моду в том, что она без конца тиражирует изображения, которые сковывают и подавляют женщин:

Взгляд, который в мире кинематографа ассоциируется с «глазом» камеры, в мире моды функционирует как рамка восприятия, наполняющая снимок желанием и придающая изображению эротический заряд, рассчитанный на женскую аудиторию. Феминистская фотография и кинематограф могут экспериментировать с гендером предполагаемого зрителя, но в англо-американских журналах мод фотографии, за редчайшим исключением, несут на себе явный отпечаток мужского взгляда и всегда строятся так, чтобы объект съемки воспринимался как гетеросексуальная женщина. В иных условиях модная женственность невозможна (Rabine 1994: 65).

Аннеке Смелик (Smelik 2009) задалась вопросом, каким образом экранные репрезентации отражают и формируют модные, зачастую трудно достижимые идеалы телесности, с которыми зрители невольно сравнивают собственную внешность. Ее работа заставляет нас еще раз задуматься над тем, что тело – это такой же подверженный модным изменениям предмет, как и одежда, в которую его облачают. По мнению Смелик, современный взгляд более нейтрален в гендерном отношении, то есть бывает как мужским, так и женским, но это не делает его менее навязчивым. «Этот вуайеристский взгляд, – пишет она, – встроен в нереалистичные представления о норме, предписывающие телу быть худым, но вместе с тем сильным и с красивыми формами» (Ibid.: 183).

Концепции гендерно детерминированного взгляда дополнились новыми, в которых он рассматривается как гомоэротически окрашенный (homospectatorial, см.: Fuss 1992) и как женский (см.: Gamman & Marshment 1989). Несмотря на то что визуальный образный строй моды часто становился пространством, где позволено нарушать гендерные условности, нетрудно убедиться в том, что в большинстве случаев (хотя и не всегда) связанные с модой изображения показывают женщин именно так, как того требуют условности. Верно и то, что со временем мужчины также начали превращаться в предмет объективации – вспомните, к примеру, рекламную кампанию Armani 2009 года с участием Дэвида Бекхэма. Однако, как бы ни оценивали гендерную направленность взгляда, эта психоаналитическая концепция оказалась исключительно полезной для тех, кто пытается нам помочь понять, как наше восприятие собственного «я» и собственного тела может формироваться и трансформироваться, когда мы смотрим на изображения и идентифицируемся с ними.

Гендер и маскарад

«Мода одержима гендером», – утверждает Элизабет Уилсон; согласно ее точке зрения, мода играет ведущую роль в поддержании и переопределении гендерных границ (Wilson 2005: 117). Вероятно, для любого, кто сейчас читает эту статью, уже стало очевидно, что большинство теорий психоанализа, и фрейдистских, и лаканианских, исследуют вопросы гендерной идентичности. Тезис Уилсон отражает ставшую в наши дни обычной убежденность в том, что гендер – это скорее культурный конструкт, а не укорененная в человеческой природе неизменная сущность. Фрейд едва ли согласился бы с этим: он рассматривал отклонения от установленной бинарной модели гендерной идентичности – «мужское/женское» – как симптомы пси-

хического расстройства. Более поздние авторы, такие как Джудит Батлер (Butler 1990; также см. главу 16 этой книги), отказались от этого разделения на два пола/гендера, воспротивившись исторически сложившейся тенденции патологизировать любую сексуальную ориентацию и гендерную идентичность, которая выходит за рамки весьма ограниченных культурных представлений о приемлемом поведении. Однако еще в 1929 году психоаналитик Джоан Ривьер (Riviere 2011) пошла наперекор заданному Фрейдом курсу, то есть отказалась считать мужское и женское поведение естественным для представителей соответствующих полов и вместо этого стала рассматривать женственность как реактивное образование (см., к примеру: McPherson 2003). Во фрейдистском психоанализе реактивные образования – это защитные механизмы, помогающие человеку справиться с психическим конфликтом, умерить порождаемую им тревогу и сохранить ясное восприятие собственного «я». Некоторые из них считаются более здоровыми, чем другие. Оказавшись перед лицом трудностей, мы можем прибегнуть к отрицанию и попытаться игнорировать проблему. Кого-то обидев, мы можем спроецировать свои чувства и обвинить того, кому нанесли обиду, в том, что этот человек причинил нам боль, унизил, оскорбил. Подавление уже само по себе является реактивным образованием. Реактивные образования часто бывают чрезмерными, что позволяет легко их опознать. Ривьер считала, что одна из ее пациенток пускала в ход женственность, чтобы умиловить своих коллег-мужчин, когда чувствовала, что ведет себя чересчур самоуверенно. По мнению Ривьер, в таком контексте женственность – это маскарад, своего рода камуфляж, который женщина использует, чтобы скрыть свои маскулинные черты и продемонстрировать феминные качества, закрепленные культурой за женщинами. Со стороны женщины такое поведение – это компенсация, а еще точнее, *сверхкомпенсация* того символического ущерба, который она причинила коллегам-мужчинам, взяв на себя некоторые мужские функции, – ее плата за их символическую кастрацию. Таким образом, опираясь на психоаналитический подход, Ривьер пришла к выводу, что феминное поведение может стать для женщины средством, позволяющим компенсировать ее главный недостаток и связанную с ним тревогу. Также она предположила, что женственность отнюдь не является чем-то естественным. Впоследствии статья Ривьер «Женственность как маскарад» неоднократно становилась ориентиром для исследователей моды и телесности (см., к примеру: Biddle-Perry & Miller 2009; Garber 2012; Miller 2013; Tseelon 1995); на эту работу ссылались, чтобы объяснить центральную роль моды в жизни женщин и порассуждать о том, действительно ли мода является инструментом их угнетения (в чем ее так часто обвиняют).

Психоанализ и мода

Вопрос о том, каким образом мода может угнетать женщину, обсуждался много раз, и у него есть несколько граней. И если когда-то немалую озабоченность вызывало якобы пагубное воздействие некоторых предметов одежды, в частности корсета, на женское здоровье (см., к примеру: Summers 2001), то позднее в центре внимания оказались проблемы иного рода – объективирующий взгляд и ограничение женщин как социальной группы рамками гендерных условностей в визуальной репрезентации моды, о чем мы уже говорили выше. Более близкие нам по времени авторы рассматривают возможность того, что мода предоставляет женщинам пространство для самовыражения. Элисон Банкрофт (Bancroft 2012), обратившись к лаканианскому психоанализу, представила более позитивный взгляд на моду, которая, по ее мнению, открывает женщинам путь к сопротивлению. По мысли Банкрофт, мода – это уникальный культурный продукт, который всецело принадлежит сфере женского опыта. Исследовательница анализирует работы модного фотографа Ника Найта, чтобы продемонстрировать, что суждения критиков, видящих в этих изображениях воплощение гендерных условностей и даже некий злой умысел, чересчур поверхностны. Сама Банкрофт усматривает сходство между фотографиями Найта и искусством сюрреалистов. Она пишет:

В своем исследовании объектов сюрреализм помещает фотографию на границу между языком и областью бессознательного и, что важнее всего, требует от художника, чтобы он изображал в равной мере и увиденное, и пережитое, – и все это способствует тому, что модная фотография поднимается на уровень репрезентации субъективных процессов (Ibid.: 43).

По мнению Банкрофт, лаканианский психоанализ помогает нам увидеть, что у модной фотографии есть трансгрессивный потенциал. Лакан полагал, что человеческая психика имеет три аспекта, которые он назвал «реальное», «воображаемое» и «символическое» (см., к примеру: Bowie 1993). Исходя из этой модели, Банкрофт отводит наиболее значимое место в своем анализе образного строя моды «символическому», поскольку именно «символическое» определяет место субъекта в культуре, делает его ее частью – здесь устанавливаются идеологические правила и условности. Банкрофт утверждает, что Найт, как фотограф моды, не соблюдает условные законы репрезентации. Следовательно, говорит она, его работы можно рассматривать как пример противодействия их диктату, а значит, его подход к изображению женщин заслуживает более позитивной оценки.

Тот же подход, что и к модной фотографии, Банкрофт применяет к от-кутюр. Ее интересуют работы модельеров (в частности, Александра Маккуина), которые бросают вызов устоявшимся репрезентациям феминной идентичности. Творчество таких художников стоит рассматривать скорее не как инструмент подавления женщин, а, наоборот, как форму сопротивления условностям гендерной идентичности —сопротивления, в которое непосредственно вовлекается модное тело. При этом Банкрофт апеллирует к лакановскому термину «jouissance», под которым сам Лакан, а вслед за ним некоторые мыслители феминистского направления, такие как Элен Сиксу (см., к примеру: Ives 2013), подразумевали особую форму сексуального наслаждения, способного, в силу своей чрезмерности, причинять страдания. Именно такую способность доставлять болезненное удовольствие Банкрофт приписывает от-кутюр, утверждая, что, подобно лучшим образцам модной фотографии, она может создавать пространство для репрезентации альтернативных и трансгрессивных версий женственности. Таким образом, заручившись поддержкой психоанализа, Банкрофт критикует более негативные трактовки взаимоотношений женщин и моды, рассматривая последнюю как уникальное, ориентированное на женщин культурное пространство, от которого не следовало бы с такой поспешной категоричностью дистанцироваться под тем предлогом, что в нем якобы нет места для сложных и неоднозначных форм репрезентации феминной идентичности и что оно ставит женщин в угнетенное положение.

Пределы методологических возможностей психоанализа

Полагаю, сказанного уже достаточно, чтобы убедиться в том, что проведенная Элисон Банкрофт исследовательская работа открывает новые перспективы для дальнейшего развития теории моды, и примеры, на которые она опирается, выглядят убедительно. Однако не совсем ясно, можно ли применить сделанные этим автором выводы в исследованиях более широкого поля моды. Проницательные замечания Банкрофт в основном касаются от-кутюр, но мода не ограничена одной этой сферой – и система ее визуальных образов и выразительных средств, и ее рынки имеют сложную структуру, и нам еще только предстоит выяснить, может ли психоанализ способствовать лучшему пониманию повседневной моды. Но этот вопрос действительно заслуживает рассмотрения, поскольку, как напоминает Джиллиан Роуз (Rose 2001), в психоанализе заложен целый ряд идей, которые могут быть использованы для исследования визуальных образов и материальных объектов. «Различные психоаналитические концепции, – пишет Роуз, – применяемые к одному и тому же образу [или другому культурному объ-

екту/артефакту], могут привести к появлению очень разных его интерпретаций» (Ibid.: 150). Психопсихология предлагает множество возможных способов осмысления образов и объектов в культурном контексте, и вопрос о том, какие психопсихологические ключи подходят для проникновения в суть моды, заслуживает более глубокого изучения.

Однако существует мнение (см.: Rose 2001; Pollock 2003), что методологические возможности психопсихологии существенно ограничены. Эта ограниченность отчасти обусловлена акцентом на сексуальности, который так важен для данной дисциплины. Из-за него в рамках психопсихологии остается слишком мало свободного пространства для рассмотрения других проблем, связанных с человеческой субъективностью, – в частности, проблем расовой и классовой идентичности. Это побуждает многих исследователей культуры обращаться к трудам таких мыслителей, как Карл Маркс или Мишель Фуко (см. главы 1 и 10). Однако Гризельда Поллок вполне убедительно доказывает, что психопсихология как нельзя лучше подходит для изучения искусства и истории искусства. А теоретикам, ставящим под сомнение его состоятельность как метода культурологического анализа, поскольку он не принимает в расчет жизненный опыт того, кто создает, и тех, кто потребляет культурный продукт (Rose 2001), Поллок отвечает, что для исследования искусства нет необходимости делать выбор между «социальным и психопсихологическим, публичным и личным, историческим и семиотическим» (Pollock 2003: xxxvii). И эти аргументы в равной мере распространяются на любой культурный продукт, в том числе на моду.

Заключение

В этой главе обсуждались способы, которыми авторы, занимающиеся исследованием моды и одежды, интегрируют в свою работу идеи психопсихологии. И хочется надеяться, что тому, кто ее прочел, теперь ясно, что в исследованиях моды сложились две равные по силе тенденции: полагаться на концепции психопсихологии или избегать их применения для объяснения сущности моды. В результате некоторые идеи и понятия психопсихологии, такие как фетишизм, нашли свое место в теории моды, тогда как другие ее аспекты, касающиеся глубоко личных переживаний индивида, не вписались в доминирующий в ней социокультурный подход. В последние годы исследователи склонны уделять больше внимания процессу производства, идее более демократичного распространения моды, а также переживаниям потребителей и их опыту, воплощенному в практиках одевания. Между тем Элисон Банкрофт призывает нас вновь обратиться к от-кутюр: используя достаточно убедительные аргументы, этот автор рассматривает высокую моду как креативную практику, ценность которой не измеряется рыночной стоимостью товара. Работа Банкрофт настойчиво побуждает нас задуматься о том, что психопсихология может еще многое предложить теории моды и потенциально способен обновить преобладающие в настоящее время исследовательские парадигмы.

Если Банкрофт строит анализ моды исходя из идей Лакана, то С. Мовахеди и Г. Хомаюнпур (Movahedi & Homayounpour 2013), исследуя специфический предмет исламского гардероба – чадру, – обращаются за помощью к Фрейдю. Оставив в стороне его труды о сексуальности, они сосредоточили внимание на том, что он описал как принцип навязчивого повторения, который действует в травмирующих ситуациях, когда человеку необходимо пережить и превозмочь некий болезненный опыт. Этот механизм рассмотрен в работе «По ту сторону принципа удовольствия» (Freud 2003), впервые опубликованной в 1922 году. В ней Фрейд описал поведение своего полуторагодовалого внука Эрнста, который, стараясь символически справиться с болезненным эмоциональным переживанием, возникавшим всякий раз, когда его родители куда-то уходили, играл в одну и ту же игру с катушкой хлопковых ниток, отбрасывая ее от себя, а затем подтягивая за кончик нитки обратно. Вооружившись концепцией навязчивого повторения, Мовахеди и Хомаюнпур рассматривают взаимосвязь между чадрой, женщинами, кото-

рые ее носят, и побуждающими их к этому патриархальными культурными традициями Ирана. Таким образом, практика ношения чадры представлена ими как воплощение идеологически спровоцированного психического конфликта – внутренней борьбы, через которую женщина проходит, чтобы сделать выбор: носить ли ей вещь, которая может восприниматься как символ самоуничтожения и гендерной дискриминации, или отказаться от нее. Мовахеди и Хомаюнпур поясняют, что чадра может выполнять функции второй кожи, которая символически замещает «потерянное» тело матери. Ношение чадры, скрывающей женское тело и открывающей его взгляду, участвует в формировании и поддержании гендерной идентичности, поскольку женщина в чадре идентифицируется с собственной матерью и отдаляет от себя мужчину, выставя преграду на его пути. Фрейд полагал, что, гоня взад-вперед катушку, маленький Эрнст выражал через игру свои бессознательные желания. Мовахеди и Хомаюнпур находят новое применение идеям Фрейда для анализа традиционных форм одежды, что позволяет задуматься о том, как найденный этими авторами подход может быть приспособлен для исследования современной моды.

Несомненно, психоанализ может еще очень многое рассказать о моде и как о системе образов, и как о культурном объекте. На это указывает и то, что авторы, работы которых обсуждались в этой главе, не только дают аргументированные ответы, но и поднимают множество любопытных вопросов, касающихся потенциальных возможностей интеграции психоанализа в исследования моды. В конце концов, если бессознательное проявляет себя в игре, а мода, как и все сферы человеческой деятельности, может быть рассмотрена как своего рода игра (пусть даже это «вынужденная игра»; см.: Bonelli 2013: 163), возможность того, что конструктивный вклад психоанализа в исследования моды окажется гораздо большим, чем мы предположили в данной статье, видится вполне реальной.

3. Георг Зиммель. «Моне от философии»

ПИТЕР МАКНИЛ

*Философ-импрессионист Зиммель однажды сказал – и должно быть, сам верил в это, – что на земле живет всего полтора десятка людей, но эти полтора десятка так подвижны и суетливы, что нам кажется, будто их намного больше.
(Bloch, цит. по: Frisby 1981: 33)*

Введение

Группка людей, которые всегда в курсе новейших тенденций, вечно в движении, в погоне за эстетическим идеалом, чьей власти подчинена вся их жизнь... Это про моду, правда? И данная глава будет посвящена тому, кто оказал огромное влияние на развитие социологического подхода к интерпретации моды, – Георгу Зиммелю.

Зиммель (1858–1918) был свидетелем становления культуры нового времени. Большую часть своей жизни он провел в Берлине. Крещеный еврей (вряд ли чувствовавший себя настоящим христианином, но перенявший образ жизни и манеру одежды, характерные для людей, не связывающих себя с еврейской культурой), он происходил из семьи, принадлежавшей к высшей прослойке среднего класса. Мальчик рос и воспитывался в привилегированных условиях, поскольку один из богатых родственников взял его под свое крыло. Зиммель вырос в одном из великих европейских городов в период fin-de-siecle, и это обстоятельство наложило на него неизгладимый отпечаток. Как заметил один из его учеников (студент Берлинского университета 1910 года набора), Альберт Саломон, во время лекции в Нью-Йорке в 1963 году, Зиммель «был и всегда оставался продуктом столичной цивилизации, ошеломляющей разнообразием чувственных, интеллектуальных, технологических, поэтических и художественных впечатлений» (Salomon 1995: 363). Зиммель предпринял попытку понять, как полный бесчисленных соблазнов мегаполис формирует человека, и в результате создал собственную теорию взаимосвязи современной городской жизни и моды, заметно повлиявшую на мыслителей следующих поколений, в том числе на Вальтера Беньямина (см. главу 4). Хотя мода в одежде не была центральной темой его многочисленных исследований, разработанный Зиммелем подход к изучению социальных форм сыграл главную роль в создании модели интерпретации моды, которая была особенно популярной в Соединенных Штатах Америки в 1910-х годах, пережила второе рождение в 1950-х, а затем в 1980-х и продолжает находить отклик во множестве разных направлений международных исследований моды сегодня (см.: Mila 2005: 14). Проведенный Зиммелем анализ бесконечной дифференциации вещей и мельчайших подробностей жизни в современном ему обществе подготовил почву для более поздних теорий повседневности, включая труды Ролана Барта. Зиммель повлиял на развитие североамериканской «социологии повседневной жизни», или «этнометодологической» социологии и социальной психологии (Levine et al. 1976: 829). Его научный взгляд на моду, встроенный в систему представлений о модерности, оказал воздействие на многих авторитетных авторов, пишущих о моде, независимо от их методологических и дисциплинарных предпочтений. В этом ряду находятся и историк искусства Эйлин Рибейро, ссылающаяся на Зиммеля в книге «Перед лицом красоты. Женские портреты в живописи и косметическое искусство» (Ribeiro 2011), где она описывает косметические средства, использовавшиеся в XIX веке, и культуролог Кэролайн Эванс, апеллирующая к нему в книге «Механическая улыбка» (Evans 2013), где рассматриваются модные

показы и манекенщицы первой половины XX века с их подчеркнуто равнодушным видом. Современные авторы, пытающиеся сформулировать некую философию моды, также видят в работах Зиммеля краеугольный камень своих теоретических построений (Meinhold 2013). Влияние Зиммеля постоянно ощущается и в трудах Жиля Липовецкого, создавшего синтетическую модель, вобравшую в себя множественные аспекты моды, и утверждавшего (хотя сейчас это звучит несколько спорно), что мода является западным постфеодальным изобретением (Lipovetsky 2002).

Идеи Зиммеля, особенно вначале, понимали и разделяли далеко не все. В его жизни случались по-настоящему трудные моменты – и во время обучения в университете, и на протяжении всей карьеры. Первая тема, выбранная им для диссертации, которую Зиммель хотел посвятить психологии музыки, была отвергнута; а одной из болезненных карьерных неудач стал для него неопределенный статус внештатного преподавателя университета. Зиммель обозначил и исследовал новое дисциплинарное поле – *Volkerpsychologie* (*этнопсихология*), для которого центральным является вопрос о том, как общность (народ) формирует человека. Этот подход возник под влиянием философии Фридриха Ницше. Поскольку в наши дни он уже не используется, стоит пояснить, что общество в нем рассматривалось не как стабильная формация, а как некий конвейер культурного производства. В 1881 году Зиммель завершил работу над кандидатской диссертацией, а в 1885-м – над докторской (*Habilitation*; эта ступень академической аттестации дает более высокий профессиональный статус, чем окончание доктората в англосаксонской образовательной системе). Некоторое время он преподавал в Берлинском университете, но так и не получил постоянного места на факультете. И только в возрасте 65 лет Зиммель был приглашен на должность профессора, но в университет Страсбурга, ради чего ему пришлось покинуть свой любимый Берлин.

Зиммелю как ученому, человеку знания, были близки теории Чарлза Дарвина, Герберта Спенсера, Фридриха Ницше, Карла Маркса, художественный и литературный символизм, направление, получившее название «искусство ради искусства», и философия Анри Бергсона. Его подход к организации работы и написанию трудов (их дисциплинарная эклектичность, формат эссе, частое отсутствие ссылок, то есть обязательного для научных работ справочного аппарата), его лекторская манера, занятия журналистикой и участие в общественной жизни давали скептикам повод называть Зиммеля дилетантом и обвинять в недостаточной научной строгости. Его подход действительно не имел четкого соответствия какой-либо дисциплине, даже зарождавшейся тогда социологии, от которой позднее Зиммель также отошел, но это не означает, что он был научным иконоборцем. Возможно, он не заботился о соблюдении академических правил, потому что был богатым, а значит, финансово независимым. Жизнь Зиммеля осложняло и то, что ему приходилось вести себя с осмотрительностью в чрезвычайно сложной, окутанной антисемитской атмосферой системе, которую Льюис Козер в 1958 году назвал «студнем германской академической жизни» (Coser, цит. по: Davis 1973: 322). Как заметил Юрген Хабермас (Habermas 1996), легкий литературный стиль Зиммеля и частые упоминания его имени в прессе также способствовали тому, что его работы воспринимались неформально. Можно сказать, что этот писательский стиль в чем-то подобен художественному и музыкальному импрессионизму или символизму. И неслучайно Дьёрдь Лукач назвал Зиммеля «Моне от философии» (Lukacs, цит. по: Frisby 1981: vii).

Социология Зиммеля

Социологию Зиммеля называют по-разному, часто социологией отношений или теорией социального взаимодействия (*Wechselwirkung*). Наталия Канто Мила, автор книги «Социологическая теория ценности», в которой представлен подробный обзор трудов Зиммеля, отмечает, что в свое время он высказал новаторскую мысль – что всё без исключения, все люди и

вещи, «всегда укоренены в социальном контексте» (Mila 2005: 31). Дисциплина, которую представляли работы Зиммеля, социология, в тот момент сама по себе казалась спорной. Она была новой, только начинающей развиваться исследовательской областью, которая вызывала недоумение и раздражение у приверженцев традиционных гуманитарных и общественных дисциплин, таких как литература и история, потому что занималась изучением явлений и вопросов, ранее считавшихся банальными. В частности, это относится к социологическому исследованию моды в одежде, поскольку прежде, во второй половине XIX века, эту тему затрагивали только литераторы и историки, рассматривавшие ее как один из аспектов цивилизации, одну из форм эстетической самореализации (позже модернисты стали обозначать это термином *Bildung*), – это можно обнаружить, например, в трудах Иоганна Гердера и Якоба Буркхардта (McNeil 2009: xxvi–xxvii).

Работы Зиммеля были особенно популярны в начале XX века в Соединенных Штатах, где социология развивалась своим, отчасти не зависящим от европейской традиции путем и рассматривалась как инструмент, с помощью которого можно найти решение для больших вопросов современности, таких как борьба за всеобщее избирательное право, расовые отношения, иммиграция. Это было время стремительных перемен, наглядно выражавшихся в женской моде, которые поражали воображение и требовали объяснения. Германские социологи редко публиковали свои работы в англоязычных академических журналах и были мало известны в Америке. Но Зиммель был исключением; он пользовался авторитетом в Соединенных Штатах и имел там покровителей; многие американцы посещали его лекции в Берлине, а в одном из научных обзоров 1927 года он был указан в числе самых цитируемых социологов наряду с Гербертом Спенсером и Габриэлем Тардом (Levine et al. 1976)⁴³. Зиммеля никогда не забывали в Соединенных Штатах, но 1950-е годы стали своего рода ренессансом для его работ благодаря Новой школе и американской Франкфуртской школе, находившимся под их мощным влиянием. Следующая волна интереса к Зиммелю поднялась в 1980-х годах, когда посредником между ним и новым поколением англоязычных читателей стал британский социолог Дэвид Фрисби, который заново перевел ряд работ Зиммеля и интерпретировал его идеи в собственных исследованиях.

Таким образом, можно утверждать, что влияние Зиммеля на североамериканские научные исследования, посвященные вопросам моды, достаточно велико отчасти потому, что он сыграл особую роль в становлении американской социологии. В Соединенных Штатах существовало великое множество школ моды – высших учебных заведений, которые появились благодаря сформировавшемуся в 1890-х годах движению за рациональное домоводство (*Home Economics*), и для преподавателей этих школ работы Зиммеля часто становились ориентиром, помогавшим понять вкусы, тренды и функционирование моды, о чем мы еще будем говорить в этой главе. Однако когда Фрисби (Frisby 1981: viii) приступил к работе над книгой «Социологический импрессионизм. Новое прочтение социальной теории Зиммеля», он обнаружил, что с 1925 года на английском языке не было написано и издано ни одной серьезной работы, посвященной Зиммелю. Также отмечалось, что на протяжении «семи десятилетий» в американском социологическом мейнстриме имело место «обрывочное» восприятие его идей. Таким образом, обращение к работам Зиммеля в Америке носило фрагментарный характер (Levine et al. 1976: 814).

Как уже было сказано, мода не была для Зиммеля темой первостепенной важности. Его интересовала взаимосвязь эстетических и социальных аспектов современного общества. Тем не менее сегодня имя Зиммеля занимает почетное место в историографии дизайна благодаря эссе, озаглавленному «Философия моды», написанному в 1901 и изданному на английском языке в 1904 году, а также нескольким менее известным эссе, посвященным стилю в одежде и

⁴³ В США первое отделение социологии появилось в Чикагском университете в 1892 году (см.: Levine et al. 1976: 815–816).

практикам украшения⁴⁴. Но и здесь внимание Зиммеля сосредоточено на том, что он сам называет «*Vergesellschaftung*» – обобществлением или социацией. Идея, подразумеваемая этим термином, состоит в том, что жизнь общества не сводится к сумме поступков отдельных людей (Mila 2005: 39). Зиммель попытался осмыслить мир нового мегаполиса – постоянно ускоряющийся темп его жизни, чувства его жителей и характер вещей, типичных для быта постиндустриальных городов. Как подметил Хабермас, «перед Зиммелем оболочки, заключавшие в себе дух эпохи, были широко раскрыты» (Habermas 1996: 405). Одежда, которую носили люди, населявшие новые городские пространства, вызывала у Зиммеля исследовательский интерес, а мода была многообещающим объектом, с помощью которого можно было проверить и точнее сформулировать предположения, касающиеся взаимоотношений эстетических и социальных форм. В это трудно поверить, но его эссе об одежде, уместившееся всего на восемнадцати страницах, в XX веке оказало огромное влияние на представления о мотивах и причинах, кроющихся в стремлении людей одеваться по моде.

Зиммель почувствовал, что мода тесно ассоциируется с городским средним классом, тогда как жизнь более богатых и более бедных слоев общества не поспевает за ее ритмом. Даже в массовом увлечении путешествиями и в делении года на сезоны, в которые вписана идея отпуска, Зиммель видел симптом обострения неврастения, охватившей современное общество. Как и многие другие идеи Зиммеля, эту нельзя назвать совершенно новой – нечто подобное уже было сказано Малларме в 1874 году. В своем журнале *La Dernière Mode* он писал, что изобретение железной дороги привело к новому распорядку дня и даже положило начало новой моде: возникла специальная одежда, соответствовавшая такому времяпрепровождению. Многие мысли о моде, высказанные столь значимыми культурными фигурами, как Стефан Малларме (1842–1898) и Шарль Бодлер (1821–1867), опосредованно проникли в социологию, культурологию и литературную критику Зиммеля и Вальтера Беньямина (1892–1940) и продолжают звучать отголоском в работах современных теоретиков моды, к примеру у Ульриха Лемана и Барбары Винкен⁴⁵.

В конце 1970-х и в 1980-х годах идеи Зиммеля перетекли в некоторые тезисы «Новой истории искусства», сделавшей акцент на изучении особой визуальной культуры и психологии городской жизни XIX века – феноменов, получивших отражение в творчестве импрессионистов и постимпрессионистов. Можно утверждать, что еще совсем молодое направление исследования моды, отличное от исследований одежды и костюма, зародилось около 1990 года, и толчком к этому послужило пробуждение интереса к визуальной культуре XIX века. Такие научные и общественные феномены 1970-х – начала 1980-х годов, как женские исследования (*women's studies*), левая критика (*left criticism*) и исследования викторианской культуры (*Victorian studies*), способствовали развитию исследований моды, но возвращение к работам Зиммеля и их новое прочтение стало важнейшей движущей силой этого процесса⁴⁶. Был период (1980-е – начало 1990-х годов), когда в англоязычном мире работы Зиммеля были более или менее обязательным чтением для всех, кто изучал историю искусств и культурную антропологию. Такого рода исследования, рассматривавшие моду как часть *la vie quotidienne*

⁴⁴ В действительности известны три версии эссе о моде, близкие по содержанию, но тем не менее имеющие явные различия; они датированы 1895, 1904 и 1911 годами. См.: Gronow J. *Taste and Fashion: The Social Function of Fashion and Style* // *Acta Sociologica*. 1993. (1). P. 99; Simmel G. *Fashion* // *International Quarterly*. 1904. October. P. 130–155. Reprinted in *The American Journal of Sociology* // 1957. LXII (6). May. P. 541–558.

⁴⁵ Читателям будет полезно ознакомиться с посвященной Зиммелю весьма содержательной главой из книги Лемана «Прыжок тигра» (Lehmann 2002: 125–195), где автор подчеркивает связь Зиммеля с модерностью, а также указывает на то, что фрагментарность была одной из главных особенностей искусства авангарда начала XX века. Леман предположил, что Зиммель вполне осознанно использовал формат эссе и фельетона, что роднит его с писавшими о моде французскими авангардистами 1870-х годов.

⁴⁶ Более подробно я уже писал об этом во вступительном разделе моей книги «*Fashion: Critical and Primary Sources*» (McNeil, 2009).

(повседневной жизни – термин «популярная культура» тогда еще не употреблялся), опирались на теоретическую основу, ядро которой составляли труды французских мыслителей – Анри Лефевра, Жоржа Перека, Мишеля де Серто и Ролана Барта, анализировавших социополитические аспекты повседневной жизни в период с 1930-х до 1960-х годов. (Ролану Барту целиком посвящена глава 7 этой книги.)

Эстетизированное существование Георга Зиммеля

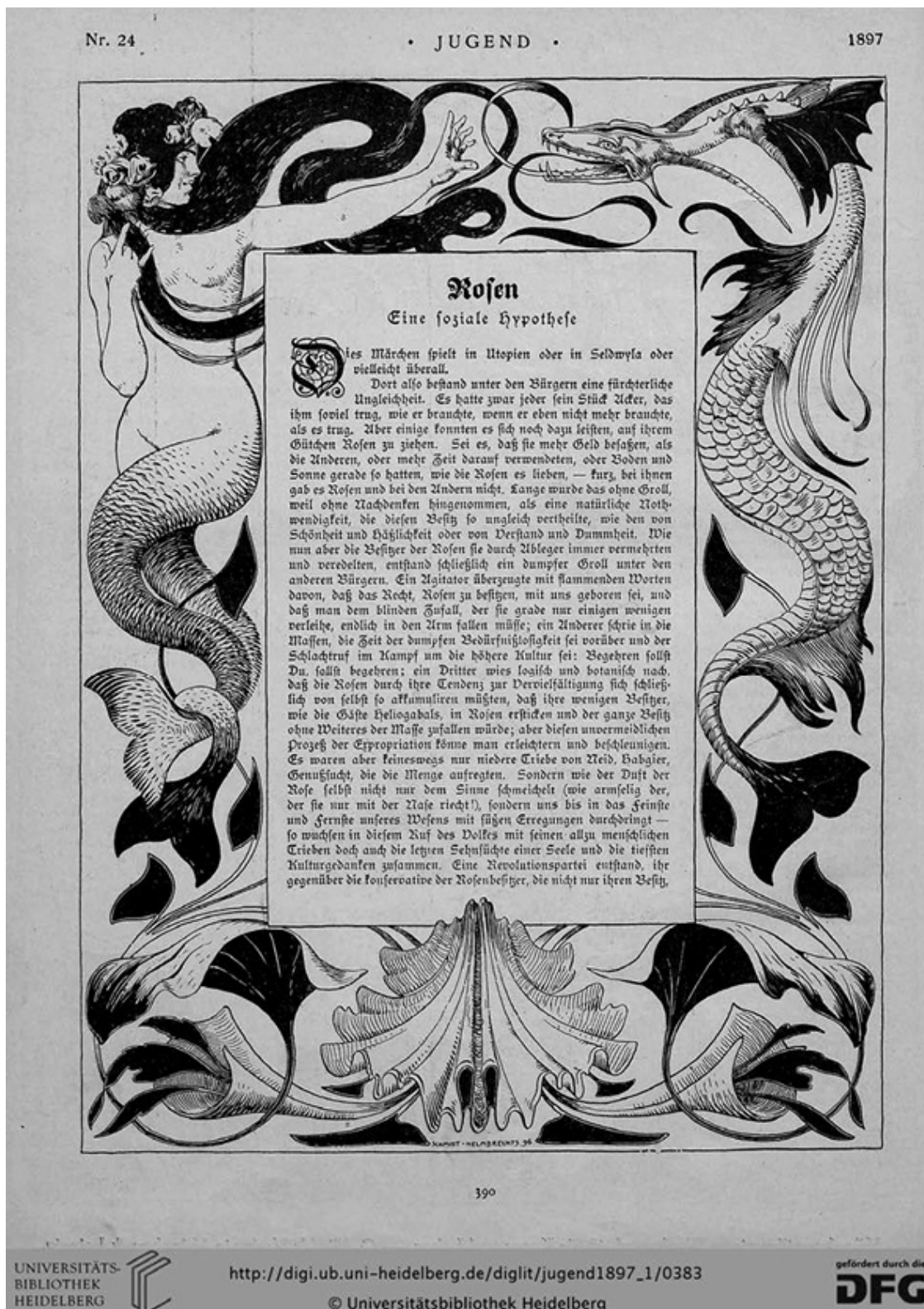
Мода является частью человеческого эстетического опыта – это факт, который Зиммель всегда выдвигал на первый план. Его мышление местами несло на себе явный отпечаток среды, в которой он вырос, а она была окутана атмосферой *l'art pour l'art* – «искусства ради искусства». Такое название получило литературное и художественное течение, устремленное к трансцендентальным горизонтам прекрасного, которых можно достичь в поэзии, критике и даже в моде и одежде. Его самыми известными представителями были Оскар Уайльд, Уолтер Патер и Стефан Малларме. Появление концепции социальных форм Зиммеля было связано как с его образом мысли, так и с его образом жизни. Вся его жизнь была до предела эстетизирована. Даже женщина, на которой он женился в 1890 году, Гертруда Кинель, занималась портретной живописью. В изысканно обставленной квартире Зиммеля хранилась целая коллекция японской и китайской керамики и текстиля. Сын Зиммеля Ханс писал, что коллекционные текстильные изделия время от времени выставлялись напоказ, а некоторые вазы наполнялись розами, чтобы немногочисленные гости могли несколько часов восхищаться их великолепием; но стоило гостям уйти, «все тут же куда-то убиралось» (Gronert 2012: 60–61). Как отмечает в своей статье немецкий специалист в области истории дизайна Зигфрид Гронерт, это было своего рода театрализованное представление, которое смещало «узкую границу, разделяющую искусство и реальность» (Ibid.: 61). Также в этом проявлялся возникший в конце XIX века вкус к декадансу – феномен, описанный в изданном в 1884 году романе Жориса-Карла Гюисманса «Наоборот». Таким образом, среду или атмосферу, в которой протекала жизнь Зиммеля, можно охарактеризовать как специфический эстетизм конца XIX века.

Как утверждает Мюррей С. Дэвис (Davis 1973: 324), известный тезис, основанный на убеждении в том, что искусство – это не зависящая от жизни реальность, объединяет Зиммеля с французскими и английскими приверженцами популярной в конце XIX – начале XX века идеологии «искусства ради искусства». В заметках об этом периоде Фрисби говорит: «это была культура начала века, которую <...> воплощал в себе Зиммель и которая всего десятилетие спустя была разрушена Первой мировой войной» (Frisby 1981: 20). Таким образом, можно сказать, что, несмотря на авторитет, которым Зиммель пользовался в XX веке, его мысль генетически связана с предыдущим столетием.

Живя в Берлине, Зиммель был заметной публичной фигурой. Его прославили интервью, которые он давал прессе, и регулярно собиравшийся в его доме литературный кружок в духе салонов XIX века. Зиммель поддерживал контакты со многими передовыми мыслителями, писателями и художниками, в число его знакомых входили поэт Райнер Мария Рильке и скульптор Огюст Роден. Он написал эссе о Рембрандте и швейцарском художнике Арнольде Бёклине. Кроме того, Зиммелю были небезразличны права женщин, и он написал несколько эссе о суфражистском движении. Тем не менее однажды он обмолвился, что было бы лучше, если бы женщины не посещали его лекций, потому что их яркие наряды не согласуются с его преподавательской манерой, которая обычно была напористой и дидактичной: «Для меня предпочтительнее, чтобы аудитория была по возможности бесцветной и нейтральной. Неоднородный состав публики и яркая одежда меня отвлекают» (Simmel, цит. по: Frisby 1981: 18). Здесь Зиммель проявил себя как продолжатель философской и литературной традиции, сложившейся благодаря писателям-мужчинам, убежденным в том, что мужское безразличие к

одежде способствует лучшей концентрации на других жизненных аспектах и полезных занятиях и позволяет выйти на первый план другим достоинствам, уравновешивая в человеке его природные и благоприобретенные качества. Этой линии держался и один из самых прославленных писателей эпохи Просвещения Дени Дидро, и великий Иоганн Вольфганг Гёте, который одевался очень просто⁴⁷. Безусловно, Зиммель был знаком с литературным творчеством своих многочисленных предшественников, мыслителей, благодаря которым с течением времени стал возможным и сложился сосредоточенный на моде литературно-философский дискурс.

⁴⁷ Значительно больше о взглядах Дидро можно узнать из его философского сатирического диалога «Племянник Рамо» (Diderot 1956: 325–333) и других произведений.



Ил. 3.1. «Розы: социальная гипотеза», страница из журнала «Югенд» (1897. № 24)

Как и большинство заинтересовавшихся феноменом моды мыслителей, живших во второй половине XIX и первой половине XX века, Зиммель пытался понять и наполнить смыслом среду, в которой жил. Он написал тридцать статей о декоративно-прикладном искусстве и дизайне для издававшегося в Мюнхене журнала «Югенд». Приведенные в этих статьях суждения о современном вкусе, падком на эротические изгибы искусства модерна, или ар-нуво,

менее категоричны, чем критические высказывания некоторых его современников, в частности Торстейна Веблена. Вместо того чтобы осуждать, Зиммель старается найти теоретическое объяснение ставшему характерной приметой времени изменению эстетического вкуса и моды. Чтобы оценить его подход, полезно ознакомиться с эссе под названием «Розы. Социальная гипотеза», опубликованным в № 24 «Югенда» за 1897 год.

Зиммель – несомненно, любивший розы – в весьма живой манере описывает утопическое общество, в котором право разводить розовые кусты закреплено за небольшой привилегированной группой; всем остальным это запрещено законом. В этом обществе право разводить розы – главный показатель преуспевания в жизни. Согласно логике этой истории, индивидуальное стремление к успеху приводит к тому, что все больше членов общества рано или поздно получают право разводить розы. Однажды некий агитатор пишет памфлет, в котором утверждает, что каждый имеет право выращивать розы. Опустив некоторые подробности (в изложении Зиммеля история была местами затянута), вернемся к сюжету в тот момент, когда, по прошествии какого-то времени, после череды беспорядков и революционных событий, всем членам общества разрешили выращивать розы. Теперь, когда у каждого появился собственный розовый куст, а сорта роз становились все более разнообразными и изысканными, люди почувствовали, что выращивание роз перестало быть делом первостепенной важности, что ценность этого занятия по отношению к жизни в целом второстепенна и оно больше не является показателем успеха⁴⁸. Это классическая иллюстрация так называемой теории просачивания, которая использовалась Зиммелем для объяснения феномена моды. Но в действительности идея просачивания или распространения моды сверху вниз является ахиллесовой пятой данной теории моды. Ее принципиальный недостаток, страшно раздражающий историков моды, исповедующих эмпирический подход, состоит в ее классовом характере. Как замечает Рут П. Рубинштейн в книге «Дресс-коды. Значения в американской культуре», Зиммель «объяснил, что не существует [единой] моды в иерархическом обществе, где границы между социальными классами намертво закрыты и отсутствует возможность [социальной] мобильности» (Rubinstein 1995: 149). Такое представление о жестко регламентированном доиндустриальном обществе в корне неверно. Как показывает история, несмотря на то что в прошлом действительно не существовало модного равноправия, границы между сословиями во все времена были проницаемыми.

Парадоксальное сочетание индивидуализма и конформности в моде также изучалось с точки зрения развития технологий печати в западных странах. Элизабет Эйзенштейн писала в 1979 году: «Будучи движущей силой перемен, печать изменила методы сбора сведений, систему хранения и обработки [информации] и коммуникационные сети, которые использовало европейское научное сообщество. Последствия этого заслуживают особого внимания» (Eisenstein 1979: xvi). Далее Эйзенштейн заявляет: «Стандартизации действительно сопутствовало более глубокое осознание разнообразия <...> С этой точки зрения возникновение индивидуализма можно рассматривать как побочный продукт новых форм стандартизации» (Ibid.: 84). Согласно авторитетному мнению Эйзенштейн, следствиями развития технологий печати стали распространение, стандартизация, систематизация, лучшее сохранение, увеличение объема и силы воздействия информации, попутно начался процесс превращения слушателей в читателей. Появление тиражируемых печатных изображений, модных картинок, несомненно, сделало моду более массовым явлением. Связь между культурой модных изображений и новоизобретенным индивидуализмом получила преломление в знаменитой формуле, выдвинутой Зиммелем в первом десятилетии XX века, согласно которой мода представляет собой результат действия двух разнонаправленных сил – индивидуализма и конформизма (Simmel 1950: 338–344). Вытекающая из этого сбалансированная характеристика современного человека, который, имея безграничную возможность выбора, всегда остается склонным

⁴⁸ Я благодарю Эмили Брейшоу за то, что она обратила мое внимание на это эссе, а также за сделанный ею краткий перевод.

к социальному приспособленчеству, использовалась во многих исследовательских работах, посвященных парадоксу моды. Этот парадокс заключается в том, что благодаря своему гардеробу человек может одновременно демонстрировать принадлежность к социуму и выделяться на его фоне.

Таким образом, то, что кому-то другому казалось такой же ерундой, как борьба за право выращивать розы, Зиммель мог рассматривать как факт социальной жизни, заслуживающий глубокого осмысления. Зигфрид Гронерт в статье «Ручка Зиммеля. Историческое и теоретическое исследование дизайнера» приводит убедительные доводы, доказывая, что интересы Зиммеля не ограничивались модой в одежде и он внес вклад в теоретическое осмысление бытового дизайна в целом. Хотя Зиммель не был членом Веркбунда⁴⁹, в отличие от социолога Вернера Зомбарта (автора впечатляющего труда о роскоши, где в том числе затронута тема моды), его работами интересовались такие выдающиеся члены этого объединения, как художник и архитектор Анри ван де Вельде и архитектор и дизайнер Петер Беренс. Одной из этих работ было эссе, посвященное ручкам керамических изделий⁵⁰. Ручка кружки или чайника может быть объектом анализа, а на разработки современных дизайнеров, занимающихся переосмыслением форм таких сосудов, можно взглянуть под совершенно новым углом. По мнению Зиммеля, ручка может выглядеть «самым легковесным символом в своей категории; но именно в силу своей легковесности он сполна раскрывает диапазон этой категории» (Simmel, цит. по: Gronert 2012: 60). Можно предположить, что спустя десятилетие аналогия наподобие этой вдохновляла Ролана Барта, когда он писал, что женская шаль содержит тридцать элементарных категорий, тогда как нога, независимо от того, надет на ней чулок или нет, не обладает таким семиотическим богатством (Carter 2003: 162).

Таким образом, заключает Гронерт, на протяжении всего XX века наследие Зиммеля продолжало прирастать афористичными текстами о дизайне, включая доводы Зигфрида Гидиона в пользу того, что кофейная ложка является частью коллективной истории (Giedion 1948), и «Мифологии» Ролана Барта (Barthes 1957). Гронерт отмечает, что Барт никогда не упоминал Зиммеля, но в его анализе, рассматривает ли он Citroen DS 19 или лицо Греты Гарбо, обнаруживается «историзм повседневности» (Gronert 2012: 68). Напрашивается вывод, что Зиммель был одним из основоположников, подготовивших почву для «мифологий обыденной жизни». Наверное, можно сказать и так, но с некоторыми оговорками, ведь поэт-символист Стефан Малларме, также писавший публицистические заметки о моде, по-своему мифологизировал повседневность еще в 1870-х годах, а Шарль Бодлер в 1860-х.

Зиммель и позднейшая социология

В эссе «Георг Зиммель и эстетика социальной реальности» Мюррей С. Дэвис цитирует ученика Зиммеля Артура Зальца, который утверждал, что Зиммель «подразумевает под социологией изучение форм социации; но тот, кто постоянно говорит о формах, скорее уходит в область эстетики, и в конечном итоге общество рассматривается как произведение искусства» (Davis 1973: 320) (что возвращает нас к идеологии *l'art pour l'art*, в атмосферу юности Зиммеля). Зиммель воспринимал искусство и общество как «вневременные конфигурации в пространстве» (Ibid.).

Как и его современник Фрейд, Зиммель считает конфликт между человеком и его социальными и культурными построениями вечным; в этой

⁴⁹ Веркбунд – созданное в 1907 году художественно-промышленное объединение, целью которого было повышение качества немецкого дизайна. – *Прим. ред.*

⁵⁰ См.: Зиммель Г. Ручка. Эстетический опыт // Социология вещей: сб. статей / Под ред. В. Вахштайна. М., 2006. С. 43–47. – *Прим. ред.*

борьбе человек постоянно проигрывает. Все время, исключая краткий миг творения, человек вынужден терпеть им самим созданное, прежние формы своих культурных и социальных миров (Ibid.: 321).

Зиммель часто использовал пространственные и геометрические аналогии, которые иногда терялись при переводе его работ на другие языки⁵¹. К примеру, в эссе «Мода» он говорит о «кругах» моды (Simmel 1957: 558). По мере того как структура общества становится все более сложной, появляются новые социальные круги, они отчасти накладываются друг на друга, образуя «скрещения», из-за чего проблема «индивидуализации» становится все более острой. Об этом, собственно, и история про розы. Как заметила Анн-Мари Селлерберг (Sellerberg 1994: 58), Зиммель также использовал термин «кривая», чтобы передать динамику тех или иных процессов⁵².

Селлерберг также (Ibid.: 59) обратила внимание на то, что подход Зиммеля к рассмотрению моды основан на парных противопоставлениях: конформизм и дифференциация; поверхностный слой и глубокое внутреннее содержание; личное самовыражение и подражательство; умение подчинять себе силы моды и покорность моде. Но при этом речь не идет о застывших, неизменных категориях: описываемые феномены «противостоят друг другу и тем самым воздействуют друг на друга, создавая своего рода цикл взаимовлияния и Eigendynamik⁵³» (Ibid.: 60). Селлерберг, занимавшаяся исследованием моды на самых разных примерах, от имен, которые родители выбирают для своих детей, до шведских интерьеров и меню американских ресторанов, благодаря Зиммелю приходит к мысли, что «[в наше время] области моды, по видимому, суждено расширяться, [...] а пары дуалистических тенденций, представленные совместно, функционируют как движущие силы этого процесса» (Ibid.: 72). В своем более раннем небольшом эссе, посвященном моде на пищевые продукты, она писала: «мода удерживает внимание сообщества на объекте или процессе в определенное время и в определенном месте» (Sellerberg 1984: 82). Той же точки зрения придерживается Жиль Липовецкий; в книге «Империя эфемерного»⁵⁴ он говорит о том, что для XX века характерна все увеличивающаяся интенсивность распространения любых форм потребительских мод, от моды на кинофильмы до моды на типажи, задействованные в рекламе кока-колы (Lipovetsky 2002).

Так что же Зиммель говорил о моде?

В отличие от теоретика «демонстративного потребления» Торстейна Веблена, Георг Зиммель не рассматривал моду как движение в сторону некоего идеала и даже не допускал подобной возможности. Чтобы ответить на вопрос о том, как вещи приобретают ценность, социологический подход Зиммеля предполагал изучение не их качественных показателей, а межличностных отношений потребителей.

Погрузившись в историзм окружавшей его культуры дизайна, Зиммель (Simmel 1997: 215–216) рассуждал о том, что «человек выстраивает вокруг себя среду из разнообразных стилизованных объектов; благодаря этим действиям объекты выстраиваются вокруг нового центра, но ни один из них этим центром не является». В программном эссе «Проблема стиля» (1908) Зиммель утверждает, что предметы и вся окружающая обстановка должны быть

⁵¹ Например: «скрещение социальных кругов» превратилось в «причастность множественным группам» (Davis 1973: 323). По мнению Дэвиса, такой вариант перевода был выбран, чтобы приблизить работы Зиммеля к современности за счет использования актуальной социологической терминологии.

⁵² Также я бы рекомендовал ознакомиться с ее статьей «Практично! Новейшие завоевания моды» (Sellerberg 1984).

⁵³ Внутренняя динамика процесса (нем.). – Прим. пер.

⁵⁴ См.: Липовецкий Ж. Империя эфемерного. Мода и ее судьба в современном обществе. М.: Новое литературное обозрение, 2012. – Прим. пер.

стилизуются так, чтобы главным объектом был человек (Ibid.: 68). Фредерик Ванденберге в статье, посвященной основоположникам социологии – Георгу Зиммелю и Макс Веберу, отмечает, что Зиммелю присущ «„esprit de finesse“ – дух утонченности, такта, деликатности и интуитивной восприимчивости <...>. Ничто для Зиммеля не было слишком тривиальным».

Еще одним ориентиром для исследований моды является эссе Зиммеля «Украшения» (1905). Впервые опубликованное в берлинском еженедельнике «Морген», оно вошло в книгу «Социология. Исследование форм социации» в качестве раздела с подзаголовком «Exkurs über den Schmuck»; использованное в нем слово «Schmuck» переводят по-разному – как «украшения», «декор», «драгоценности», – а это явно не одно и то же. Но обратимся к содержанию эссе. По мнению Зиммеля, в доиндустриальном обществе никакой моды не было и быть не могло. Он аргументировал это тем, что существует только «классовая» мода, «двойная функция которой состоит в том, чтобы внутренне соединить определенный круг и вместе с тем отделить его от других»⁵⁵. При современной фрагментированной жизни «походка, темп, ритм жестов несомненно в значительной степени определяются одеждой, одинаково одетые люди ведут себя сравнительно одинаково». Вот что Зиммель писал о так называемой «неврастении» нового времени:

Изменение моды свидетельствует о некоторой утрате нервами остроты раздражаемости; чем более нервна эпоха, тем быстрее меняются ее моды, ибо потребность в изменении раздражения – один из существенных компонентов моды, тесно связанный с возбуждением нервной энергии. Уже это служит причиной того, что мода устанавливается в высших сословиях (Simmel 1957: 547).

Здесь Зиммель имеет в виду природу буржуазности, которую до него уже упоминал Карл Маркс (более подробно взгляды Маркса рассматриваются в главе 1). Зиммель опирается на Маркса, также пытавшегося исследовать «душевные порывы» буржуазии и природу «неослабевающей разрушительной энергии буржуазной рациональности» (Wayland-Smith 2002: 889).

Именно в эссе «Украшения» Зиммель дает следующее – значимое уже потому, что впоследствии оно было так много раз повторено, – объяснение пристрастия женщин к моде:

Если в моде одновременно находит свое выражение и подчеркивается влечение к равенству и к индивидуализации, привлекательность подражания и отличия, то это, быть может, объясняет особое пристрастие к моде женщин. Дело в том, что слабость социального положения, которое женщины преимущественно занимали в истории, вела их к тесной связи с тем, что является «обычаем», «что подобает», к общепринятой и оправдываемой форме <...> Однако на почве твердого следования обычаю среднего, общего уровня женщины стремятся к достижимой и при такой установке относительной индивидуализации и к отличию (Simmel 1957: 550).

Далее Зиммель оперирует идеей, которую сегодня мы бы назвали концепцией моды, наделяющей женщин голосом, или агентностью, и ее действительно широко используют в современных исторических исследованиях, посвященных женщинам и моде. Зиммель пишет о зарождении индивидуализма в Германии в период позднего Средневековья: «Однако в этом развитии индивидуальности женщины еще не принимали участия, им еще возбранялись свобода передвижения и развития. Женщины возмещали это самыми экстравагантными и гипертрофированными модами» (Ibid.: 551). Идея Зиммеля о том, что женщина, лишенная права голоса, может выразить себя посредством одежды, была подхвачена многими историками, про-

⁵⁵ Здесь и далее эссе «Мода» в переводе М. И. Левиной цит. по изд.: Зиммель Г. Избранное: В 2 т. Т. 2: Созерцание жизни. М., 1996. С. 266–290. – *Прим. ред.*

являвшимися интерес к вопросам моды и гендера. Однако это не объясняет утонченности мужского гардероба, также характерной для Средних веков, если только не предположить, что и придворные были лишены реальной власти и это вынуждало их использовать одежду как формальное средство самовыражения. Во времена Зиммеля при рассмотрении обществ Старого порядка и послереволюционного периода исследователи зачастую давали слишком упрощенные оценки происходившим в них процессам. И это наложило заметный отпечаток на последующие интерпретации одежды – и как части повседневности, и как предмета моды.

«Вертикальное просачивание»

Зиммель никогда не использовал в своих работах слов «просачивание» или «перетекание сверху вниз», и тем не менее этот термин прочно ассоциируется с его именем. Дж.Б. Спроулз (Sproles 1981: 119) в своем эссе о маркетинге отмечает, что так называемая теория просачивания почти целиком выкристаллизовалась из умозаключений Зиммеля, который в эссе «Мода» (редакции 1904 года) писал: «Ведь низшие сословия взирают и стремятся вверх, и это удается им более всего в тех областях, где господствует мода, ибо они наиболее доступны внешнему подражанию» (Simmel 1997: 190). Спроулз указывает на то, что классовая теория моды также связана с «Теорией праздного класса» Торстейна Веблена (Veblen 1912). Зиммеля занимал парадокс моды – одновременное разнонаправленное стремление к демонстрации принадлежности к некоему социальному кругу и к выражению собственной индивидуальности. Он заметил, что «своеобразно пикантная, возбуждающая привлекательность моды заключается в контрасте между ее широким распространением и ее быстрой и полной преходящостью» (Simmel 1997: 205).

В эссе «Мода» (1904) Зиммель сводит воедино две идеи: одна – это идея классовой моды, другая, созвучная поэзии и критическим высказываниям Бодлера, заключается в том, что мода позволяет проявиться частному и случайному:

мода высшего сословия всегда отличается от моды низшего, причем высшее сословие от нее сразу же отказывается, как только она начинает проникать в низшую сферу. Тем самым мода – не что иное, как одна из многих форм жизни, посредством которых тенденция к социальному выравниванию соединяется с тенденцией к индивидуальному различию и изменению в единой деятельности (Simmel 1957: 543).

Кроме того, Зиммель проводит аналогию между модой и смертью, также повторенную во многих теоретических исследованиях моды:

Каждое дальнейшее распространение моды ведет к ее концу <...> она есть одновременно бытие и небытие, находится всегда на водоразделе между прошлым и будущим и, пока она в расцвете, дает нам такое сильное чувство настоящего, как немногие другие явления (Ibid.: 547).

Таким образом, по мнению Зиммеля, мода обладает особыми свойствами, которые делают ее достойной внимания, что бы там ни говорили язвительные критики, считающие ее развлечением для пустоголовых дамочек и тщеславных юнцов, коих всегда полно в любом большом городе.

Затем Зиммель провозглашает свою знаменитую максиму, где сводятся воедино понятия «индивидуализм» и «конформность», определяющие сущность моды: «Ей свойственно – поскольку она по своему понятию может быть только никогда всеми не выполняемой нормой – то, что она создает возможность социального послушания, являющегося одновременно индивидуальной дифференциацией» (Ibid.: 548–549).

В своем эссе Зиммель подробно комментирует нравы полусвета (*demi-monde*) – существовавшей во второй половине XIX века особой части европейского общества, которую составляли куртизанки, занимавшие верхнюю ступень в иерархии секс-работниц, и актрисы. Здесь он, очевидно, демонстрирует тот же завороченный интерес к тончайшим различиям между социальными группами, проявлявшимся в их костюмах, который характеризовал описания современного города у Бодлера и Малларме:

То обстоятельство, что колею для новой моды пролагает во многих случаях полусвет, объясняется его лишенной корней своеобразной формой жизни. Существование пария, к которому его вынуждает общество, возбуждает в нем явную или латентную ненависть против всего легализованного, прочно существующего, ненависть, которая находит свое еще относительно безобидное выражение в требовании все новых форм явлений, в постоянном стремлении к новой, дотоле неслыханной моде; в бесцеремонности, с которой жадно принимается именно мода, противоположная существующей, заключается эстетическая форма влечения к разрушению, свойственная, по-видимому, всем существованиям пария, если они внутренне еще не полностью поработаны (*Ibid.*: 552).

Может показаться, что это противоречит тезису Зиммеля о классовой динамике моды, поскольку многие куртизанки, естественно, не принадлежавшие к высшему эшелону, устанавливали моды, которые затем копировали дамы из хорошего общества. Именно этот фрагмент цитирует Элизабет Уилсон в своей знаменитой книге «Облаченные в мечты» (*Wilson 1985*: 138); комментируя его, она поясняет, что, согласно Зиммелю, «девиантность, инакомыслие и маргинальность» порождают «дух борьбы, произвола и неповиновения, присущий моде»⁵⁶ в контексте культуры нового времени. Возможно, это не совсем то, что действительно хотел сказать Зиммель, но такая творческая трактовка его высказываний демонстрирует, что они продолжают оставаться актуальными для исследований моды.

Далее в эссе «Мода» Зиммель рассуждает о том, почему рассматриваемый феномен получил более широкое распространение в послереволюционный период. В частности, он пишет:

частое изменение моды ведет к невероятному поработанию индивида и тем самым является одним из дополнений к увеличившейся общественной и политической свободе <...> Классы и индивиды, стремящиеся к постоянному изменению, так как только быстрота их развития дает им преимущество перед другими, находят в моде темп собственных душевных движений (*Simmel 1957*: 556).

И наконец, Зиммель предположил, что мода отнюдь не иррациональна, хотя именно на ее иррациональность чаще всего ссылались те, кто характеризовал моду как безделицу, занимающую лишь неглубокие женские умы. «Таким образом, – пишет Зиммель, – мода предстает как лишь одно, особенно характерное из тех многочисленных образований, социальная и индивидуальная целесообразность которых объективирует противоположные течения жизни, придавая им равные права» (*Ibid.*: 558). Это чрезвычайно значимое с точки зрения исследований моды утверждение, так как оно указывает на то, какие рациональные ориентиры можно использовать при изучении моды.

⁵⁶ См.: Уилсон Э. Облаченные в мечты: мода и современность. М.: Новое литературное обозрение, 2012. С. 131.

Заключение. Зиммель, жизнь после жизни

Высказанные Зиммелем мысли оказали сильное влияние на авторов следующих поколений, писавших о моде в 1950-х и 1960-х. Но у него также появились и критики. В опубликованной в журнале *The Sociological Quarterly* статье «Мода. От классовой дифференциации к коллективному выбору» Герберт Блумер, говоря о роли таких исследователей, как Зиммель (Simmel 1904), Эдвард Сепир (Sapir 1931) и супруги Лэнг (Lang 1961), утверждает, что они оказались не в состоянии «увидеть и по достоинству оценить весь спектр функций моды» (Blumer 1969: 275)⁵⁷. Критикуя Зиммеля, Блумер в первую очередь обращает внимание на аспекты, связанные с его представлениями о классовой моде. По мнению Блумера, моду создает не социальная власть элит; скорее имеет смысл говорить об «уместности [suitability] или потенциальной модности [fashionableness] того или иного дизайнера, которая позволяет закрепить за ним представления об элитарной престижности» (Ibid.: 280). Сам Блумер видит в модах структуры, «сформированные коллективным вкусом» (Gronow 1993: 95).

К 1908 году Зиммель почувствовал, что ему удалось основать новую область социологии, и его внимание переключилось на «культурно-философские» (Frisby 1981: 36) вопросы, не имеющие прямого отношения к моде. Он оказался под влиянием экспрессионизма, который представлял собой материю более мрачную и интроспективную. В 1918 году Зиммель, будучи еще совсем не старым человеком, скончался от рака.

Зиммель оставил заметный вклад в поле исследований моды, и его наследие здесь сохраняет актуальность. Для многих новичков, делающих первые шаги в теоретическом освоении этой области, тексты Зиммеля становятся азами, которые им приходится осваивать, следуя рекомендациям своих наставников. Такие термины, как «вертикальное просачивание» (trickle down), прочно вошли в повседневный обиход и лексикон средств массовой информации. Суждения Зиммеля о взаимосвязи моды и стиля, сформировавшиеся в атмосфере эстетизма второй половины XIX века и одновременно на заре становления социологии культуры, оказались пронизательными и убедительными. Герберт Блумер, чьи высказывания эхом отозвались в более поздних текстах таких авторов, как философ Жиль Липовецкий и историк культуры Даниэль Рош (Roche 1994), используя совершенно иной, в сравнении с Зиммелем, подход, говорит о моде как о несомненном благе: «И все же факты убеждают в том, что мода – это характерная черта современной цивилизации, а сфера ее влияния скорее расширяется, нежели сокращается <...>. *Мода приносит порядок в потенциально анархичное и нестабильное настоящее*» (Blumer 1969: 288–289). Продолжая эту мысль, Блумер приходит к заключению: «Вывод о том, что мода постоянно занята полезным делом, по моему убеждению, является важнейшей, хотя и непреднамеренной лептой, привнесенной анализом Зиммеля» (Ibid.: 290). Секрет успеха Зиммеля в том, что он обратился к рассмотрению моды с целью исследовать другие, более общие явления и процессы, но в действительности подобный подход был достаточно популярен в его время в контексте исторических и социологических исследований – в частности, его применял Вернер Зомбарт, избравший в качестве предмета исследования роскошь (Sombart 1967). Предположив, что мода отнюдь не безделица и что она достойна быть объектом серьезного анализа, что ее действительно можно использовать как линзу, фокусирующую критический взгляд на процесс становления современной личности в условиях современного общества, Зиммель подготовил почву, на которой смогли прорасти трепетные, но быстро пустившиеся в рост побеги научных исследований моды.

⁵⁷ Сепира, в частности, больше всего занимала мысль о том, что мода – это средство для усиления личной привлекательности индивида.

4. Вальтер Беньямин. Мода, модерность и улицы больших городов

АДАМ ГЕЦИ И ВИКИ КАРАМИНАС

Введение

Очевидно, то, что слова «модерн(ость)» и «мода» начинаются одними и теми же буквами, нельзя считать простым совпадением. Оба эти слова образованы от латинского *modo*, что в переводе означает «сейчас». Вальтер Беньямин был исключительно чутким аналитиком модерна – процесса постоянного обновления, предвкушаемого, предначертанного и уже свершающегося. Потому что «сейчас» – это точка, в которой соединяются то, чему суждено быть, и то, что уже произошло. Логично предположить, что мода должна была занимать важное место в мыслях Беньямина. Однако, комментируя одно из высказываний Шарля Бодлера о моде, Беньямин буквально сбрасывает ее со счетов: «вряд ли можно сказать, что в этом есть хоть какая-то глубина» (Benjamin 1969: 89). Но это не отменяет неоспоримого факта: внешность как подвижная, меняющаяся оболочка была одной из центральных тем, которым Вальтер Беньямин посвящал свои размышления.

Вальтер Беньямин родился в 1892 году в Берлине. Сам он считал себя не столько философом, сколько литератором, так как в его время такой род занятий имел большой престиж. Он зарабатывал на жизнь литературной критикой и переводами, а также писал статьи для многих журналов. Когда в 1933 году к власти в Германии пришли нацисты, Беньямин, будучи представителем левого интеллектуального крыла и евреем, был вынужден бежать в Париж, где он оказался в кругу товарищей по несчастью – Ханны Арент, Гершома Шолема, Теодора Адорно. В Париже Беньямин написал свои наиболее значимые эссе и статьи, там же он работал над амбициозным, но так и не завершенным проектом «Пассажи» (*Das Passagen-Werk* 1938). В этом монументальном труде он затронул вопрос о социальном, культурном и психологическом значении моды в контексте капитализма XIX века. Здесь же мы находим наиболее явные следы бодлеровского влияния – оно проявляется не только в том, что Беньямин упоминает заметки французского поэта о моде, но и в том, что он посвящает целый раздел Бодлеру как личности. Следуя курсом, намеченным Георгом Зиммелем (см. главу 3), Марселем Прустом и Шарлем Бодлером, Беньямин анализирует моду, оперируя категориями гигиены, классовой принадлежности, гендера, политической и экономической власти, биологии и так далее.

Можно сказать, что мода родилась одновременно с модерностью. Согласившись с этим, мы признаем, что мода – это нечто большее, чем производная модерна, то есть чем ее следствие или придаток. И она уже видится нам как специфическое проявление свойственного капитализму осознанного стремления к переменам. Хотя нельзя не заметить явной неприязни, которую Беньямин питал в отношении моды, основываясь на том, что она скрывает и маскирует свою товарную сущность, он признавал, что в ней скрыт ключ к пониманию отношений модерна со временем. Более того, Беньямину принадлежит множество проницательных наблюдений относительно тесной связи моды и репрезентации, и это важно для нас, потому что этот вопрос приобрел особую остроту сегодня, когда развитие цифровых технологий изменило как способы распространения информации, так и наше восприятие моды. Ощутимый вклад в развитие исследований моды внесло эссе Беньямина «Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости», хотя речь в нем идет исключительно о произведениях изобразительного искусства, к числу которых модные вещи, с точки зрения автора, ни в коем случае

не относятся (см., к примеру: Evans 2003; Lehmann 2000). Вопрос о модной репрезентации мы обсудим в этой главе несколько позднее, а для начала выясним, какое влияние на суждения Вальтера Беньямина об отношениях между модой, временем и историей оказали Шарль Бодлер и Марсель Пруст.

Влияние Шарля Бодлера на воззрения Вальтера Беньямина

Немыслимо рассматривать суждения Вальтера Беньямина о моде, не упомянув при этом французского поэта Шарля Бодлера. Мощное влияние Бодлера ощущается в самом характере текстов Беньямина, будь то его «Берлинское детство» или эссе «Париж – столица XIX века». Бодлер был одной из самых значимых и самых трагических фигур своей эпохи, и он прославился не только как великий поэт, но и как авторитетный художественный критик. Именно в его критических заметках, и в первую очередь в широко цитируемом эссе «Поэт современной жизни», мы находим начала той тенденции, которую позже подхватил и развил Беньямин и которая дала жизнь научной области, которая сегодня носит название «культурные исследования» (cultural studies). В этом эссе Бодлер выводит фигуру фланера; это типично городской, современный персонаж – празднично гуляющий созерцатель жизни, который, блуждая по улицам и паркам, может бесконечно рассматривать витрины, прилавки, афиши, вывески и, с не меньшим интересом, других прохожих, обращая особое внимание на то, во что и как одеты люди. Беньямин наследует от Бодлера технику извлечения поэтических прозрений из наблюдения за аномалиями и совпадениями, которые возникают в повседневной жизни. В таком контексте мода неизбежно становится центром внимания даже для Беньямина, поскольку в ней соединяются прошлое, настоящее и будущее: она узурпирует прошлое, олицетворяет настоящее и превосходит собственное неизбежное ниспровержение.

Будучи приверженцем марксистских взглядов, основанных на историческом материализме, Беньямин развивает собственную идею диалектического воображения, опираясь на труды Карла Маркса (см. главу 1), и в первую очередь на его «Капитал» (1867). Маркс посвятил достаточно много времени подробному описанию ужасов прошлого, доказывая, что его жертвы должны навсегда остаться в памяти, поскольку они образуют политический и экономический контекст современности. Именно взаимосвязь между памятью о жертвах капитализма и будущим освобождением, которое гарантируют законы прогресса, становится для Беньямина отправной точкой для пересмотра вопроса об истории. Вместо того чтобы исследовать прогрессивные тенденции исторического развития, Беньямин сосредоточивается на новом понимании места прошлого в настоящем. Его неприятие идеи прогрессивного линейного течения времени и отказ от отношения к будущему как к проходному этапу на пути к великой цели предполагают особое, мессианское или каббалистическое, представление о времени. Говоря иначе, для Беньямина прошлое всегда присутствует в настоящем, одновременно в потоке истории и вне его. В исследованиях моды идея Беньямина находит двойное отражение: с одной стороны, предметы одежды несут в себе материальную частицу прошлого – оно может быть заключено в их форме или технологических ухищрениях (к примеру, использование в модели поддерживающих косточек или корсета), с другой стороны, прошлое может служить источником стилистического вдохновения и быть проявленным как эстетический компонент. Суть моды определяется цикличностью изменений и быстротой, с которой стили появляются и исчезают. Таким образом, мода, которая существует в настоящем, состоит в диалектических взаимоотношениях с прошлым. Как метко выразился Майкл Шерингем, «темпоральность лежит в основе подвижного – и в то же время по сути неизменного – настоящего моды, экзистенциально связанного одновременно и с прошлым, которое оно содержит в себе, и с будущим, которое оно превосходит» (Sheringham 2006: 182).

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.