

УДК 130.32:687.01-022.215

**Олена Скалацька****ДУАЛІЗМ МОДИ В КОНТЕКСТІ ФІЛОСОФСЬКИХ ПОБУДОВ Г. ЗІММЕЛЯ**

Стаття присвячена розгляду дуалізму моди в поглядах Г. Зіммеля. Аналізуються основні умови виникнення моди, її властивості. Обґрунтовується розуміння моди як діяльності, для якої притаманні певні особливості, що мають соціальне походження і вплив. Автор піддає філософському аналізу такі твердження Г. Зіммеля, що дозволяють розкрити дуалізм моди: наслідування, потяг до наслідування, особливості прояву моди при диференціації суспільства.

**Ключові слова:** діяльність, дуалізм, ідентифікація, мода, наслідування, потреби, соціальна диференціація.

**Olena Skalatska****DUALISM OF FASHION IN THE CONTEXT OF PHILOSOPHICAL CONSTRUCTS OF GEORG SIMMEL**

This article deals with the review of dualism of fashion in the views of Georg Simmel. The features of modern scientific trends of consideration of the heritage of Georg Simmel: sociological, philosophical and psychological are determined. The main conditions for the appearance of fashion, its properties are analyzed. The understanding of fashion as an activity for which certain features exist, which have social origins and influence is grounded. G. Simmel believes that the main feature of fashion it is the presence of dualism, the ability to combine the individualism and the desire to belong to the general trends.

The author subjects to the philosophical analysis such statements of Georg Simmel, which allow to reveal the dualism of fashion as the imitation, the desire to imitate, the features of demonstration of fashion in a class society. The disclosure of dualism of various shapes and elements of life (subjective and objective, visible and invisible) is traced. Dualism of fashion is associated with physiology, human emotional sphere. The examples of demonstrations of dualism of fashion in social life, the lack of which can lead to its demise are described. Particular attention is paid to revealing of the process of imitation which is associated with human needs. The issue of revealing of the features of fashion as the aspirations of the lower classes to imitate upper classes is raised, in the result of which the same processes of individualism, identification, differentiation of society are disclosed. The imitation of the lower classes to the higher ones leads to the growth and changing of fashion trends.

The methodology of the research of the phenomenon of fashion is specified. The possibilities of applying the theory of Georg Simmel for the analysis of actual to the modern scientific discourse of the concept fashion, the revealing of its key features in the philosophical dimension are demonstrated.

**Key words:** activity, dualism, identification, fashion, imitation, needs, social differentiation.

**Елена Скалацкая****ДУАЛИЗМ МОДЫ В КОНТЕКСТЕ ФИЛОСОФСКИХ ПОСТРОЕНИЙ Г. ЗИММЕЛЯ**

Данная статья посвящена рассмотрению дуализма моды в воззрениях Г. Зиммеля. Анализируются основные условия возникновения моды, ее свойства. Обосновывается понимание моды как деятельности, для которой присущи определенные особенности, имеющие социальное происхождение и влияние. Автор подвергает философскому анализу такие утверждения Г. Зиммеля, позволяющие раскрыть дуализм моды, как: подражание, влечение к подражанию, особенности проявления моды при дифференциации общества.

**Ключевые слова:** деятельность, дуализм, идентификация, мода, подражание, потребности, социальная дифференциация.

Феномен моди являє собою неоднозначне й багатогранне явище, яке незважаючи на наявний теоретичний і практичний матеріал, досить не має єдиного наукового визначення. Мода, як важлива складова діяльності людини, упродовж історії досліджувалася в різних галузях знання: філософії, історії, культурології, естетиці та інших науках. Серед властивостей моди виокремлюють: темпоральність, релативізм, циклічність, ірраціональність, універсальність. Сучасні тенденції, що відбуваються у моді, потребують не лише емпіричних досліджень, але й звернення до вже наявних концепцій моди, їх переосмислення відповідно до стану суспільства. Однією з теоретичних концепцій феномену моди, що набула поширення, є погляди німецького філософа та соціолога Георга Зіммеля. Норвезький філософ

Ларс Свендсен називає Г. Зіммеля одним із двох філософів, які розглядали феномен моди (другий – Ж. Липовецький) [3, с. 20].

Мета статті полягає у розкритті дуалізму моди у поглядах Г. Зіммеля.

Філософська думка протягом своєї історії неодноразово зверталася до різноманітних аспектів моди. Необхідно відзначити роботи Р. Барта, Ж. Бодрієра, Г. Зіммеля, І. Канта, А. Кребера та інших. У сучасному українському суспільствознавстві проблематика феномена моди отримала своє поширення в культурологічних та філософських: Г. М. Куц, Ю. Г. Легенький, Л. П. Ткаченко та інші.

Сучасні дослідження феномену моди спираються на наукову спадщину Г. Зіммеля, концепція якого набуває тлумачення в рамках соціології, філософії, психології, та інших науках. На думку О. М. Шандренко, Г. Зіммель підходить до розгляду моди, переважно не з боку соціологічної теорії, а з боку індивідуальної психології. Так, мода виступає як «механізм, що розв'язує конфлікт між соціальним конформізмом та індивідуальною свободою» [6, с. 59]. На думку автора, Г. Зіммель акцентує увагу на факті соціального вираження моди крізь індивідуальне вдосконалення, особливістю якого є «приспосовування двох протилежних тенденцій до стану даної індивідуальності та суспільної культури» [6, с. 59].

Первинність соціологічного походу по відношенню до психологічного в концепції моди Г. Зіммеля віддає інший сучасний дослідник О. Ю. Гурова. На думку автора, Г. Зіммель розкриває феномен моди виключно як класового явище, яке є однією з форм соціалізації особистості. Поняття «форма» постає головним у розумінні моди у Г. Зіммеля, розкриття якого здійснюється крізь соціальну форму, що «утворена мережею індивідуальних взаємодій» [1, с. 74]. Особливість цієї форми полягає в тому, що вона здатна «одночасно з'єднувати різні типи поведінки, вказуючи на їх спільність» [1, с. 74]. Вона «дає можливість реалізуватися суб'єктивним уподобанням індивідуального смаку» [1, с. 74], саме тому мода як форма здатна об'єднувати особистості.

У концепції Г. Зіммеля, О. Ю. Гурова відзначає суперечливе питання стосовно існування моди у суспільстві. На думку автора, наявність різних модних тенденцій можна простежити не лише серед нерівних груп, але й серед вікових, субкультурних. Тому він доходить висновку, що концепція моди Г. Зіммеля «обмежується рамками класових товариств, що мають ієрархію», і тим самим не відповідає на питання стосовно того, що відбувається з модою тоді, коли на розшарування суспільства не впливає матеріальний добробут. Л. Свендсен пояснює тенденцію наслідування моди нижчими верствами вищих так. Робочий клас, виконуючи певні функції в суспільстві, взаємодіє з представниками середнього і вищого класу (наприклад, комунікація між робочим фабрикою і ремісником). На думку Л. Свендсена, Г. Зіммель у цьому твердженні допускає важливу помилку, пов'язану з особистісним життям: він зустрічався з «незначною частиною представників робітничого класу... зробив висновок про весь робочий клас» [4, с. 69]. Л. Свендсен робить поправку, що погляди Г. Зіммеля «не є повністю помилковими, однак картина була набагато складнішою, ніж він думав» [4, с. 69]. На моду впливали не лише особистісні потреби і потяг до наслідування, а й соціальні чинники.

Аналіз феномену моди в роботах різних дослідників дозволив О. В. Чурсіной зарахувати концепцію Г. Зіммеля до тих, які двояко ставляться до моди. У його поглядах мода – «нескінченний процес спроб нижчих верств отримати або хоча б окреслити більш високий статус» [5, с. 28]. Так само автор доходить висновку, що «наслідування, будучи одним із основних регуляторів людської поведінки, сприяє розмежуванню і прискореному темпу розвитку та впливу моди серед верств і класів» [5, с. 29].

Г. Зіммель наділяє моду такими важливими характеристиками, в яких можна простежити її дуалізм. По-перше, вона є постійним явищем в історії. По-друге, наслідування моди є проявом «загального», оскільки виникає в результаті повторення діяльності окремого індивіда. По-третє, мода «задовольняє потребу в розходженні, тенденцію до диференціації, до зміни, до виділення з загальної маси» [2, с. 268]. По-четверте, класовий характер моди, постійна зміна форм і змістів модних тенденцій призводить до проникнення в неї індивідуального початку, незважаючи на те, що згодом вона набуває масового характеру. По-п'яте, мода поєднує в собі дві тенденції: до соціального вирівнювання та індивідуальних відмінностей. На думку Г. Зіммеля, в історії моди так само простежується постійний дуалізм, який виражається в одночасному існуванні «індивідуальної і суспільної культури» [2, с. 268].

Свої роздуми про моду Г. Зіммель розпочинає з постановки питання про діяльність. Поняття «діяльність» у філософії визначається як «акт зіткнення цілепокладання вільної волі суб'єкта, з одного боку, і об'єктивних закономірностей буття – з іншого» [3, с. 311]. Мода як діяльність об'єднує суб'єктивні бажання особистості, її смак (вибір певного стилю і одягу, їх поєднання) і об'єктивні причини (модні тенденції, економічний чинник). Важливою особливістю будь-якої діяльності, на думку Г. Зіммеля, є дуалізм «елементів, що наштовхуються один на одного» [2, с. 266]. Це не лише дуалізм суб'єктивного та об'єктивного, але й видимого і невидимого вираження, що створює багатство усього наявного.

Дуалізм, на думку Г. Зіммеля, неможливо описати, його можна «тільки відчутти по окремим протилежностям», що є властивими для буття людини [2, с. 266]. Насамперед, це пов'язано з фізіологічними сторонами людського існування, для якого необхідно з'єднання або чергування, але не виключення од-

ного процесу іншим (наприклад, рух і спокій). Людина здатна об'єднувати ці суперечності, вона прагне до загального і одиничного. В емоційному просторі індивідуума так само простежується дуалізм: відбувається «самовіддача людей і речей» і «самоствердження щодо тих і інших» [2, с. 266]. Цей дуалізм простежується як в онтологічному, так і праксеологічному контекстах, що, своєю чергою, дозволяє Г. Зіммелю представити історію людства як боротьбу і компроміси. Особливістю дуалізму є його «основна форма», яка найбільш яскраво проявляє себе в біології, «як протилежність спадковості і зміни». У першому випадку, як спадковість, форма є «основною загальності, єдності, заспокоїливої рівності форм і змістів життя» [2, с. 267]. У другому випадку, як зміни, проявляється в «русі, різноманітті окремих елементів, неспокійним розвитком індивідуального змісту життя і переходу його в інше» [2, с. 267]. Будь-який вид діяльності людини в історії людства є «особливим видом з'єднання інтересу до тривалості, єдності, рівності з інтересом до зміни, до особливого, неповторного» [2, с. 267]. Тобто починає від існування людини (її природи), закінчуючи всіма проявами її дійсності, бажань, можна знайти на шарування дуалізму.

Важливою складовою при розкритті феномену моди у поглядах Г. Зіммеля постає процес наслідування. Прагнення до наслідування є у всіх людей, воно виражено «в соціальному втіленні цих протилежностей». Г. Зіммель наділяє термін «наслідування» такою важливою характеристикою, як «перехід від групового до індивідуального життя» [2, с. 267]. Наслідування являє собою дуалізм думки і безглуздя, бо він створює сенс і мету діяльності, у якій відсутні творчі й суб'єктивні мотиви. У цьому випадку, наслідування постає не засобом ідентифікації з певною групою, а проявом індивідуальності. Якщо розглянути цей приклад у рамках моди, то людина, яка купує копії (підробки) оригіналів модних брендів, не прагне долучитися до класу заможних людей, а демонструє своє знання модних тенденцій.

Роздуми Г. Зіммеля про взаємозв'язку моди та індивідуальності продовжив Л. Свендсен у своїй книзі «Філософія моди». Л. Свендсен називає одяг «важливою частиною соціальної структури особистості» за допомогою якої людина може проявити свою індивідуальність. Саме «споживчі переваги», а не притримування певних традицій, розкривають індивідуальність. Тому в сучасному світі мода постає чинником, що формує індивідуальність, а одяг – «частиною особистості, не щось поверхове порівняно з індивідуальністю» [4, с. 23]. Л. Свендсен подібну тенденцію назвав парадоксом, згідно з яким «людина одночасно прагне до індивідуальності та відповідності» [4, с. 182]. На думку Л. Свендсена, згідно з поглядами Г. Зіммеля, мода завжди містить дві протилежності: «вона дозволяє індивіду бути самим собою, але в той же час завжди вказує на його належність до певної групи» [4, с. 182].

Сфера проявів та впливу наслідування на людину досить широка. На думку Г. Зіммеля, наслідування дає людині «впевненість» у своїй діяльності, якою займаються й інші люди, і «заспокоєння», яке вона «відчуває в теорії, коли підводе окреме явище під загальне поняття» [2, с. 267]. Наслідування, знімає суб'єктивний момент у діяльності людини, оскільки позбавляє її вибору, але, з іншого боку, вона долучається до групи, що знову тягне до дуалізму. При розкритті феномена наслідування Г. Зіммель вводить таке поняття, як «потяг до наслідування». Цей потяг, на його думку, присутній на певному етапі, «коли схильність до доцільної особистої діяльності жива, але здатність знайти для неї або з неї індивідуальний зміст відсутня» [2, с. 267]. Г. Зіммель підкреслює, що в цьому потязі з'єднується минуле і майбутнє.

У процесі наслідування також простежується дуалізм: воно може створювати форми, а може і не бути таким. У першому випадку, відбувається з'єднання з принципом людського існування «входженням одиничного в загальність, що підкреслює у зміні постійне» [2, с. 268]. В іншому випадку, наслідування постає як принцип, що «заперечує і перешкоджає», оскільки відбувається «вихід із загального». Прагнення людини залишатися всередині певної групи, наслідувати поведінку та одяг інших є «ворогом тієї нашої спрямованості, яка хоче просуватися до нових, власних форм життя» [2, с. 268]. Ці принципи, на думку Г. Зіммеля, постають не лише як дуалізм, а й створюють постійну боротьбу у суспільстві.

При аналізі феномену моди, Г. Зіммель зупиняється на розгляді питання диференціації суспільства і проявів в ньому моди. Виходячи з того факту, що мода розділяє класи, вона в той же час «внутрішньо з'єднує певне коло і разом з тим відокремлює його від інших» [2, с. 269]. Як приклад, Г. Зіммель наводить раму картини, що проводить межу між внутрішнім простором і зовнішнім світом. Подібний процес відбувається і всередині класу, «права, які дуже часто з точки зору класу, що знаходяться поза даного, відчуються як неправдо, – з того, що окрема людина представляє і зберігає у своїй честі також честь свого соціального кола, своєї спільноти» [2, с. 269]. Г. Зіммель показує, що мода свідчить про «приєднання» індивіду до певного соціального кола, тим самим вона об'єднує дві функції – «зв'язувати і роз'єднувати». Такі функції не тільки дуальні, а й взаємообумовлені, оскільки «одна з них, незважаючи на те, або саме тому, що вона є логічною протилежністю іншій, слугує умовою її здійснення» [2, с. 269].

При наслідуванні моди вищих станів нижчими, на думку Г. Зіммеля, виникає деяке питання. Так, нижчі стани, «проривають єдність» вищих станів, їх причетності один одному, що «символізується таким чином» [2, с. 271]. У відповідь на це, вищі стани перестають дотримуватися цієї моди і формують нові модні тенденції, що «дозволяє їм знову диференціюватися від широких мас, і гра починається



знову» [2, с. 271]. Г. Зіммель стверджує, що подібні тенденції простежуються не лише між нижчими і вищими станами, а й між різними групами, що належать до вищих станів.

На думку Г. Зімеля, в деяких випадках, мода може примиряти свої дуалістичні елементи: індивідуалізм з модними напрямками сезону, «внаслідок чого окреме явище ніколи не випадає із загального а може тільки підніматися над ним» [2, с. 272]. При цьому відсутність потреби (саме потреба) в єднанні й відокремленні призведе до знищення моди. Так, наприклад, у середовищі нижчих станів у моді відсутня «різноманітність або специфічність», «тому моди у примітивних народів значно стабільніше наших» [2, с. 272].

На думку Г. Зімеля, мода являє собою результат соціальних або психологічних потреб. Це припущення знаходить підтвердження в тому, що «з точки зору об'єктивних, естетичних чи інших чинників доцільності неможливо виявити ні найменшої причини для її форм» [2, с. 269]. Г. Зіммель наводить такий приклад, якщо одяг відповідає потребам, то мода надає цим потребам певну форму (довге – коротке), в якій може бути відсутня доцільність. На наш погляд, питання про доцільність у просторі моди може бути вирішене в рамках естетики або економічного чинника. У першому випадку, в кожному суспільстві є свої уявлення про красу, поєднання кольорів, норм створення певного образу. У другому випадку, у світі моди, суперечливі й позбавлені смаку речі можуть приносити економічний прибуток. Подібні процеси є проявами дуалізму моди: поєднання естетичного смаку й елементів, позбавлених смаку, адже в кожній культурній традиції є свої уявлення про зміст і значення певних кольорів, розмірів і форм.

Г. Зіммель не зупиняється, подібно до інших філософів, на детальному аналізі естетичного смаку і говорить про присутність як модних тенденцій «потворних і огидних» речей. На його думку, в «потворності» проявляється не тільки несмак, а й влада моди над людиною, «її індиферентності до об'єктивних норм життя і вказує на іншу її мотивацію, а саме на типово соціальну як єдину, що залишається вірогідною» [2, с. 269]. Так проявляє себе абстрактність моди, яка «заснована на її сутності і додає модному як відому «відчуженість від реальності» відомий естетичний відтінок часто в абсолютно неестетичній області, присутній і в історії» [2, с. 269–270]. На підтвердження цього факту Г. Зіммель наводить приклади з історії, коли відомі люди, щоб приховати свої фізіологічні недоліки або особливості, вводили в моду нову форму різних видів одягу. Г. Зіммель називає подібний процес як «походження моди по чисто особистим мотивам». У наш час у нечисленних соціальних групах певні особистості для того, щоб виділитися, можуть створити певний образ, який надалі наслідуватимуть інші учасники групи. Г. Зіммель стверджує, що в сучасному світі модні тенденції виникають не по «особистим мотивам», а пов'язані «з об'єктивним характером трудової діяльності у сфері господарства» [2, с. 270]. У цьому випадку Г. Зіммель намагається обґрунтувати не випадковість створення модних речей, а їх цілеспрямованість і обумовленість, що також є проявом дуалізму моди: «зв'язок між абстрактністю взагалі і об'єктивною громадською організацією проявляється в байдужості моди як форми до кожного значення її особливих змістів – і в її все більш рішучому переході до соціально продуктивних господарських утворень» [2, с. 270].

Спираючись на те, що мода може мати об'єктивне обґрунтування, Г. Зіммель підкреслює, що вона виконує свою дію виключно тоді, коли звільняється від інших мотивів: «подібно до того як наші дії, що відповідають боргу, лише тоді стають цілком моральними, коли нас зобов'язують до цього не їх зовнішній зміст і мета, а тільки той факт, що це обов'язок» [2, с. 270]. Так виникає певне обмеження дії моди в релігії, науці, соціалізмі.

Г. Зіммель відзначає ще одну важливу річ, що слідування моді вимагає й зміни одягу. На його думку, новий одяг «більше визначає нашу манеру поведінки, ніж старий, який врешті-решт змінюється в бік наших індивідуальних жестів, слідує кожному з них і часто передає дрібні особливості наших іннервацій» [2, с. 272]. У новому одязі діє закон «її форми». Відповідно до цього закону, якщо довго носити одяг, то він «покроку переходить у закон наших рухів» [2, с. 273].

На думку Г. Зімеля, прагнення до моди і певного одягу «хода, темп, ритм жестів», сприяє не тільки ідентифікації індивіда з певною соціальною групою, а й поведінки, оскільки «однаково одягнені люди ведуть себе порівняно однаково». Простежити, як зовнішній вигляд впливає на внутрішній стан людини, досить складно. На наш погляд, в першу чергу це пов'язано з тим, що це питання знаходиться в міждисциплінарній площині таких наук, як психологія, філософія, соціологія, іміджологія, культурологія, історія костюма та інших. Більшість фахівців іміджмейкерів радять поєднувати внутрішні особливості людини та стиль одягу. В. М. Шепель у своїй книзі «Іміджологія. Як подібати людям» [7] називає фізичне та психічне здоров'я людини первинним чинником при створенні іміджу, отже й при виборі одягу. У сучасному суспільстві існують певні норми одягу (діловий костюм, дресс-код), які доречні в організаціях та офіційних закладах. Однорідність у виборі одягу майже відсутня у неформальних об'єднаннях людей, групах, що створені за інтересами. У цьому випадку також простежується дуалізм моди. З одного боку, людина виражає свою індивідуальність, якщо вона при виборі одягу наслідує ідеї певної групи, але, з іншого боку, вона пригнічується і розчиняється в цій більшості.

Аналіз філософських побудов Г. Зіммеля дозволяє розкрити таку властивість моди, як дуалізм. Дуалізм моди простежується у її здатності поєднувати в собі: суб'єктивне та об'єктивне, видиме і невидиме; соціальне вирівнювання та індивідуальні відмінності; одночасне існуванні індивідуальної і суспільної культури; розподіл та об'їдання певних груп; поєднання естетичного смаку й елементів, що позбавлені смаку; випадковість та зумовленість створення модних речей. Мода сприяє ідентифікації групи, яка може досягатися за допомогою наслідування. Наслідування моди нижчих станів вищим, призводить до новоутворення модних тенденцій. Г. Зіммель говорить про моду як про діяльність, що створюється всередині певної групи. При цьому відбувається боротьба між вищими станами за перевагу в диктуванні модних тенденцій (Г. Зіммель не розвиває цю думку, він показує моду в її дуальності). Г. Зіммель передбачає не тільки умови існування моди, але й і її загибелі (тобто зміни модних тенденцій, які відбуваються кожен сезон, і наділяють моду такою властивістю, як темпоральність). Дуалізм моди у поглядах Г. Зіммеля дозволяє поглибити філософський розгляд сутності феномену моди.

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Гурова О. Ю. Социология моды: обзор классических концепций / О. Ю. Гурова // Социс. Социологические исследования. – 2011. – № 8. – С. 72–82.
2. Зиммель Г. Мода / Георг Зиммель ; [пер. с нем. и примеч. М.И. Левиной] // Избранное: в 2 т. – М. : Юрист, 1996. – Т. 2 : Лики культуры. – 1996. – С. 266–291.
3. Новейший философский словарь / [сост. А. А. Грицанов]. – Мн. : Книжный Дом, 2003. – 1280 с.
4. Свендсен Л. Философия моды / Ларс Свендсен ; [пер. с норв. А Шипунова]. – М. : Прогресс-Традиция, 2007. – 256 с.
5. Чурсина О. В. Феномен моды в работах отечественных и зарубежных исследователей / О. В. Чурсина // Гуманитарные исследования. – 2010. – № 4 (36). – С. 26–31.
6. Шандренко О. М. Наукові підходи до осмислення феномену моди в контексті комунікативних відносин культури / О. М. Шандренко // Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури : зб. наук. пр. / НАКККІМ. – К., 2012. – Вип. 29. – С. 56–64.
7. Шепель В. М. Имиджелогия. Как нравиться людям [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Econom/shep/index.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Econom/shep/index.php).

*Рекомендовано до друку рішенням експертної комісії їблїково-економїчного факультету Одеського інституту фїнансїв Українського унїверситету державного унїверситету фїнансїв та мїжнародної торгївлї, протокол № 1 від 8 сїчня 2014 р.*