
КОЛОНКА ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА

П.С. Гуревич

МОДА КАК ФЕНОМЕН

Дизайнер одежды, столичная модница и профессиональная покупательница Маша Цигаль пишет: «Я люблю необычные магазины, необыкновенные вещи. Я могу совершить шопинг в любом городе, даже там, где покупать нечего. Я не люблю Милан. Во-первых, это некрасивый город, он меня угнетает, и перспектива бродить по этим некрасивым улицам в поисках вещей меня пугает. Во-вторых, мне не нравятся итальянские дизайнеры — их вычурная роскошность, гламурность, сексуальность в кубе меня не впечатляет».

Если вы любите молодежный стиль, стритфэшн, и хотите купить классные джинсы, модную олимпийку или экстремальное платье, то вам нужен Лондон. Мне нравятся магазины в Лондоне. Там можно найти очень классные вещи. В каждом лондонском магазине своя фишка, они компилируют различные вещи и объединяют их общей идеей. В Лондоне очень крутые продавцы. Они сами стильно выглядят, они в стиле магазина.

Мне нравится для шопинга Токио: там есть дизайнерский квартал, где молодые дизайнеры открывают свои магазины. Там можно купить и дешевые вещи, и очень дорогие. А рядом стоят мультибрендовые магазины, где есть все — английские, американские, итальянские, французские дизайнеры, даже дизайнеры из Гонконга. Я не поклонница американский дизайнеров. Париж — тоже классное место. Там замечательные магазины, и оформлены с большим вкусом. Когда витрины одинаковые — это скука. Приятно, если витрины меняются...»

Что такое мода? Почему она обнаруживается едва ли не во всех культурах, даже если ее отвергают и преследуют? Исследователи, анализирующие этот феномен, отмечают, прежде всего, ее социальный характер. Иначе говоря, они показывают, что именно социум провоцирует моду. Стало быть, этот феномен относится скорее к социальной психологии. И.П. Никитина пишет: «Мода — система групповых предпочтений, воплощающих в себе не только вкус, но и определенный, общий для многих способ поведения»¹.

В то же время очевидно, что мода предполагает достаточно развитое чувство индивидуальности. В тех обществах, где царствует обычай, традиция, нет запроса на обособленное поведение, на демонстрацию личного вкуса. С этой точки зрения, мода — продукт индивидуализированного вкуса. Казалось бы, все ясно. Однако в традиционалистских, корпоративных обществах мода все равно заявляет о своих правах. Как бы ни исповедовалось равенство, все равно пробивает себя тенденция к различению людей, к их знаковому обозначению. Стремление политиков пройти общим катком по человеческому ландшафту, унифицировать мысли и поведение людей не закрепляется полностью в общественном сознании, в социуме в целом. Скажем, средневековые держится на традиции. Но сохраняются сословные различия, которые закрепляются в знаковых воплощениях. Единообразие имеет место, но есть и потребность в обозначении реальных общественных статусов. Незыблемая иерархия тканей, мехов, цвета одежды, геральдических образов помогает поддерживать социальное неравенство. Сан, статус, сословная принадлежность строго маркируются. Представители одного сословия придерживаются отличительных знаков, хотя нет еще широкого веера возможностей для обозначения индивидуальности.

Представление о том, что в социалистических и тоталитарных режимах мода жестоко подавляется, также требует комментариев. Да, действительно при этих режимах мода получает зачастую негативную оценку как проявление буржуазного сознания. Однако, давая экспертную оценку этого феномена, исследователи опираются в основном на утопические романы, в которых провозглашается идея равенства. Она относится не только к единомыслию, одежде, бытовой сфере. Директива касается даже внешнего вида. Людям надлежит отказываться от лица, «необщим выраженьем». В одном из романов Ф.М. Достоевского представлен социалист, мечтающий о таком обществе, куда «даже красивые очень лицом мужчины и женщины не должны быть допускаемы». Мы помним замечательный рассказ И. Ильфа и Е. Петрова о том, актрису, которая хотела бы сниматься в кино, режиссер ругает за то, что она чересчур красива, а улыбка просто «мы увидим небо в алмазах».

¹ Никитина И.П. Мода // Философия. Энциклопедический словарь / под ред. И.А. Ивина. М., 2004. С. 514.

Однако навязчивость, парадоксальность моды в том и состоит, что она все равно заявляет о своих правах. Ушла мода на красивых женщин, обнаружился запрос на «пролетарскую» красоту, грубую, фабричную, неброскую. Сложилась тенденция к унификации человеческих тел путем массового распространения физкультуры, здорового образа жизни. Но это опять-таки некий императив, призыв к стадности, но регламентированной, актуальной для данного времени. Сходство лиц, выражающих «расовую чистоту» — это тоже своеобразная мода. Как бы ни стремились корпоративные общества к единообразию, мода все равно обнаруживала свою всепроникающую силу. Вспомним, как в социалистическом обществе писатели добивались права носить шапку определенного покроя и меха. Это ведь тоже отличительный знак.

Эксперты отмечают также, что бедность не позволяла моде развернуться в полную силу. Так-то оно так. Но мода — это не только социальный, но и антропологический феномен. Невозможно представить себе общество, даже самое архаическое, корпоративное или индивидуализированное, где этот человеческий импульс был бы незаметен. Отметим психологическую сторону проблемы. Психологи показали, что заключенные, которые погибали в концентрационных лагерях, порой демонстрировали распад идентичности в условиях, когда жизнь вообще висела на волоске. Некоторые ээки нацепляли на себя травинки, которые символизировали их фиктивную принадлежность к надзирателям и карателям.

Мода — универсальный феномен. Она проявляется во всех сферах социальной жизни. По первому впечатлению, мода царствует только в сфере одежды, общественного поведения, художественного стиля. Но это не так. Моде подвержена культура в целом, даже наука и философия испытывают на себе ее влияние. «Особенность современного символического универсума в том, что он постепенно становится постмодернистским. Постмодернизм, который еще недавно резко и дружно критиковался как феномен открытого нигилизма, превращается в моду, почти норму мысли»². Именно Кант был, пожалуй, первым мыслителем, который рассматривал моду как антропологический феномен. Он отмечал, что человеку присуща естественная склонность сравнивать себя в своем поведении с тем, кто более значителен (ребенку со взрослым, простому человеку с более знатными людьми), и подражать их образу действий. Закон такого подражания, где совершенно не принимается во внимание соображение пользы, называется модой³. Кант относит моду к тщеславию, поскольку в

ее намерениях отсутствует внутренняя ценность, а также к глупости, так как она принуждает рабски следовать примеру. Быть модным — дело вкуса. Того, кто не сообразуясь с модой, сохраняет верность старым привычкам, называют старомодным. Того же, кто намеренно старается быть не модным, — чудачком. Все-таки лучше, считает Кант, быть глупцом по моде, чем глупцом не по моде.

Мода уже по своему понятию всегда требует меняющегося образа жизни. Она становится привычной, и тогда вкус больше не принимается во внимание. Мода прививается благодаря новизне. Мода, по существу, есть дело не вкуса, а только тщеславия. Она деспотична. Вспомним у А.С. Пушкина: «Быть можно умным человеком и думать о красе ногтей. К чему напрасно спорить с веком? Обычай — деспот среди людей».

Живость и воодушевление, обнаруживаемые французами и итальянцами в разговоре о самых обыкновенных предметах, поражают всех иностранцев, которым случится увидеть их. Молодой французский дворянин, которому отказали в ходатайстве о получении полка, в состоянии заплакать, не краснея в присутствии всего двора. Итальянец обнаруживает больше волнения, когда его приговаривают к штрафу в двадцать или тридцать шиллингов, чем англичанин, которому читают смертный приговор.

Ужасно, когда Онегина рисуют в кюлотах и чулках на балу. Это все равно, что нарисовать его в телогрейке и шапке-ушанке, он мог быть только во фраке и светлых или белых панталонах. Дело в том, что Онегин денди, если сгустить краски, он не просто фронт, а, можно сказать, утонченный панк того времени. Дендизм — это некое шокирование публики — был свойствен и Пушкину, по воспоминаниям, один раз он явился на бал в черном фраке, что было вызовом, так как почти до конца 30-х гг. XIX века черный был исключительно цветом траура. А белые панталоны навывпуск во время действия первой главы романа, в 1819 г., еще считались чудовищным неприличием.

А женская мода сменялась стремительно, каждый месяц, радикальные же ее изменения произошли в 1820 г. К сожалению, для меня, потому что я очень люблю моду античную (конца XVIII — начала XIX в.), когда талия была под грудью и носились полупрозрачные, по тому времени невероятно эротичные дамские платья. Надевая их, дамы учились заново ходить, потому что туфли были без каблучков, почти как у балерин, и наступать им приходилось на носочек. А в 1820 г. талия вернулась на свое место и к 30-м гг. стала осинной. Но я с удовольствием «одевал» барышень Лариных по прежней моде. Такое могло быть, потому что в провинции все-таки не выписывали журнал «Вог», издававшийся с начала XIX века⁴.

² Кутырев В.А. Философский образ нашего времени (Безжизненные миры постчеловечества). Смоленск, 2006. С. 5.

³ Кант И. Антропология с прагматической точки зрения // Кант И. Соч. в 8-и т. Т. 7. М., 1994. С. 277.

⁴ Белюкин Дмитрий. Не всё в картине должно быть расшифровано // Литературная газета. 2008. № 29.