

УДК 316.323:130.2

МАЛЬЦЕВА ОЛЬГА,

кандидат філософських наук, доцент кафедри соціології та соціальної роботи  
Приазовського державного технічного університету, м. Маріуполь

## ДІАЛОГ МОДИ Й СМІХУ: МОДЕРНА ТА ПОСТМОДЕРНА КОРЕЛЯЦІЇ

У статті розглядається вплив сміху на становлення та динаміку розвитку такого соціокультурного феномену, як мода, досліджується характер функціонування сміху та моди залежно від соціальної ритміки, виявляються особливості їх кореляції в стабільних та перехідних станах суспільства.

**Ключові слова:** сміх; мода; соціальні функції сміху; карнавалізація моди; симулякризація соціокультурного простору; об'єктивація сміху та іронії.

**Постановка проблеми.** Останнім часом мода стає одним із найяскравіших маркерів сьогодення. Автор книги "Філософія моди" (2004) норвезький філософ Ларс Свендсен стверджує, що, "намагаючись усвідомити наше місце в наявній історичній ситуації, ми маємо у центр ставити власне феномен моди. Зростання значення останнього як історичного явища є головною рисою сучасності, а саме: відходом від традицій і нескінченною потребою нового" [1, с. 5-12]. За модерної доби італійський поет Джакомо Леопарді (1798-1837) у творі "Розмова Моди зі Смертю" (1824) підкреслював, що в смерті й моди одна мета. На сторінках цього діалогу Мода, звертаючись до Смерті, зазначає: "...наша ціль перетворити й змінити все, щоб не було нічого постійного в цьому земному світі; тільки ти йдеш своїм шляхом, а я своїм... У нас одна природа й один звичай нескінченно оновлювати світ, але ти з самого початку зайнялася людьми та кров'ю, а я здебільшого задовольняюся бородами, волоссям, убранням, меблями, палацами та іншими речами" [2, с. 35-38].

Окрім того, автор зауважував на жартах, що їх так часто припускаються і Смерть, і Мода в досягненні своєї мети. Очевидно, що інструментом соціального ствердження Моди виступає Сміх, непрямою героїні твору, який також постійно перебуває в діалозі з нею, у якому вони невпинно, як і в діалозі Мода-Смерть, змінюють свої ролі в суб'єкт-об'єктних відносинах. Отже, у зв'язку з цим постає проблема пошуку механізму взаємодії моди й сміху як двох ірраціональних і доволі "примхливих" соціальних факторів, які, маючи кожен сам по собі непросту траєкторію проявів, щоразу так корелюють між собою, що забезпечують цим суспільне оновлення.

Тлумачення періоду постсучасності як "карнавалізованого середовища", "какофонії беззмістовності", "апогею несерйозності" здебільшого ілюструються прикладами зі світу моди. Проте мода, котра повсякчас асоціювалася з швидкоплинністю, не завжди була синонімом фривольності та легковажної вседозволеності, оскільки за своєю природою з моменту появи мала установчий характер. Дослідження взаємовпливу сміху та моди дозволяє виявити загальні закономірності соціокультурного функціонування сміху, зрозуміти особливості конкретно-історичних умов, що ми в них зараз перебуваємо, спрогнозувати можливі вектори їх подальшого розвитку.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідницьке поле нашої розвідки виникає на стику декіль-

кох стратегій наукових пошуків. Перш за все, це роботи, що дозволяють усвідомити спосіб функціонування сміху як соціального феномену, його нелінійний та інструментальний характер щодо оновлення суспільно-історичних перспектив (Дж. Джеймісон, Г. Хакен, І. Стергенс, І. Пригожин, І. Хассан, М. Хренов та ін.). Інший залучений нами напрямок досліджень пов'язаний з аналізом різноманітних сторін суспільного статусу моди: її естетичних канонів та ідеалів (Г. Лукач, Т. Адорно та ін.); впливу моди не тільки на одяг і меблі, але й на мораль, систему цінностей, музику, архітектуру; значення поведінки елітарних груп як зразка для наслідування іншими верствами населення (А. Сміт); соціологічного виміру моди (Е. Дюркгейм, Г. Тард, Г. Зіммель, В. Зомбарт, Г. Блумер, П. Бурдьє); ролі престижу та демонстративного споживання "модного" (Т. Веблен); значущості моди як семіотичної системи (Х.-Г. Гадамер, Л. Вітгенштейн, Р. Барт); психоаналітичних оцінок модної поведінки (К. Г. Юнг, М. Л. фон Кранц). Третій напрям наукових розвідок присвячений осмисленню сучасних метаморфоз моди, її карнавалізації (Ж. Липовецький, Ж. Бодрійяр, Ж. Дерріда, М. Фуко, Л. Свендсен та ін.).

**Виокремлення області дослідження.** Наявність зв'язку між модою і сміхом одразу ж упорає в око, проте, як правило, у згаданих наукових удоробках він представлений як посилання на окремі випадки, приклади, курйози, анекдоти. Досі немає послідовних досліджень *взаємозв'язку моди та сміху* як важливих чинників суспільних настроїв та суспільної поведінки, котрі взаємно впливають одне на одне, змінюючи як характер функціонування моди, так і стан сміхових проявів у соціумі. Дотепер лишається не реалізованою можливість залучення знань про циклічність соціального функціонування сміху та особливості його впливу на різні сфери суспільного життя в стабільних і перехідних станах, аналіз природи самої моди для пояснення характеру її перетворень під впливом сміхової стихії.

**Метою статті** є виявлення взаємозв'язку таких двох соціальних феноменів, як мода і сміх, специфіки їх модерного та постмодерного варіантів кореляції. Для досягнення мети виконано **проміжні завдання**: по-перше, досліджено історичні умови появи моди, основні теорії її походження, притаманні їй соціальні функції; по-друге, проаналізовано соціальні функції сміху щодо моди за стабільних та перехідних часів (на прикладі ранньомодерного та модерного періодів історії Нового часу); по-третє, визначено сутність інверсії соціаль-

ного функціонування сміху у сфері моди за перехідних станів суспільства та амбівалентний вплив сміхової стихії на моду постмодерної доби.

**Методологію дослідження** склали системний, структурно-функціональний, порівняльний, крос-культурний аналіз, метод історичної реконструкції, окремі прийоми соціологічних та психологічних досліджень, елементи синергетичної парадигми.

**Виклад основного матеріалу.** Мода як соціальний феномен та невід'ємний атрибут повсякденного життя викликає досить суперечливі оцінки. На думку ряду вчених, вона належить до доволі простих явищ зі сфери суспільних настроїв. Підпадаючи під хвилю цих настроїв, люди, що сприйнятливі до "зчитування" певних тенденцій, утворюють нестійку соціальну спільність носіїв "модного". Інші дослідники вважають, що мода є значно впливовішим чинником соціального буття, оскільки сама отримує спонукальні сили й мотиви від широкого спектра соціальних реалій, нагальних потреб й умов конкретно-історичного періоду часу. Мода охоплює різноманітні сфери життя: від моди на дизайнерські рішення форм інтер'єру, одягу, харчових звичок до стилю поведінки, манер, характеру спілкування, мовленевих звичок, способу проведення дозвілля тощо. Отже, проникнення в глибокі джерела моди робить останню явищем складним і багаторівневим.

Більшість дослідників пов'язують появу моди з пізнім Середньовіччям або ранньомодерною добою Нового часу, коли почали зароджуватися буржуазні відносини й представники буржуазії намагалися виділитися й заявити про себе як самостійний соціальний клас. Однак мода як така виникає тоді, коли зміни починають відбуватися заради самих змін.

Еволюцію змістового наповнення поняття "мода" можна простежити завдяки зверненню до його етимології. Від латинської "modus" - це міра, правило, критерій, настанова, образ, спосіб, звичай. Узагалі це слово має санскритське коріння "mādh" - вимірювати, зважувати. В англійській мові "mode" вживається в значенні "міра", "правило". Паралельно з XV ст. англійці застосовують поняття "fashion" (від латинської *facere* - виріб), "vogue" і близькі за значенням "fad" (примха), "fancy" (схильність, пристрасть), "craze" (загальне захоплення, манія). Французьке "mode" та італійське "modo" вживаються для позначення побутового явища, що пов'язане з поширенням настроїв наслідування певного типу одягу, взуття, зачіски, манери поведінки, меблювання тощо. Отже, мода виникає й розвивається перш за все як регулятивне явище по відношенню до соціальної та індивідуальної поведінки. Як зазначає українська дослідниця Л. Дихнич, "коли мода виокремилася в самостійне соціокультурне явище, етимологія слів "мода" і "звичай" усе частіше набувала антонімічного забарвлення" [3, с. 4-6]. Дійсно, у сучасному сприйнятті "звичай" потребує дотримання певного незмінного порядку, усталеної норми, а "мода" передбачає постійне оновлення й зміни. Проте ці дві змістовні складові моди - нормативність та інноваційність - тривалий час мирно уживалися між собою. Модерна доба забезпечувала реалізацію одночасно їх обох.

Модернізація була заснована на поєднанні протилежних тенденцій, адже звільнення від старого завжди передбачало використання примусу нової норми, а вибір однієї форми самореалізації тягнув за собою позбавлення іншого. Як зазначає Ролан Барт, "...будь-яка нова мода - це відмова від спадщини, визволення з-під влади попередньої моди" [4, с. 123-131]. При цьому відбувається підміна однієї домінуючої сили іншою, а людина так само, як і раніше, має підкорятися новій

моді. Отже, соціальна функція моди полягала у висуванні нормативної умови: завжди бути оновленим за певним каноном, бути "сучасним", тобто відповідати вимогам свого часу. Збагачення й конкретизація моди відбувалися за рахунок категорій "модна поведінка", "модна свідомість", "модні санкції", "механізм моди". Тут виникає питання, що саме змушувало людей дотримуватися модних тенденцій, бо порушення законів моди та відсутність смаку й стилю не передбачали кримінальної відповідальності або загрози життю.

Тим не менше люди завжди проявляли прихильність до моди як до нормативного соціального впливу. Так реалізовувалося їхнє небажання бути відстороненими, відкинутими соціумом. Соціальне оточення, своєю чергою, завдяки моді мало певні очікування стосовно того, як повинні поводитися його члени. Саме тому більшість громадян тією чи іншою мірою підкорялися правилам моди. І підкорялися переважно тому, що не хотіли, аби їх сприймали як дивних, непоступливих або ненормальних. Неабияку регулятивну роль тут відіграв саме сміх. Є чимало прикладів, коли людей, які відхилялися від етикетних норм поведінки, вимог одягалися "як слід", визначеної манери говорити, висміювала та відкидала більшість. Сміх тут виконував функцію конституювання та регулювання модних тенденцій, і люди їх дотримувалися, оскільки, ураховуючи основну людську потребу в соціальних контактах, вони слідували моді тільки для того, щоб бути прийнятими суспільством. Сміх сприяв соціалізації індивідів, оскільки він слугував "соціальним дороговказом", який чітко спрямовував на ті шляхи, якими треба йти у моді. Тому вони робили часто те, що й інші, одягалися й говорили, як інші, для того, щоб не повернути до себе зайвої уваги й таким чином не стати об'єктом насмішок, уникнути непотрібних неприємностей.

Е. Дюркгейм довів, що, мода є реальністю особливого роду, яку він разом із низкою інших явищ називав "соціальним фактом" [5, с. 149-154]. За ним, мода становить собою специфічну форму нормування людської поведінки в суспільстві, а сміх виконує по відношенню до носіїв "модного" функцію санкціонування, тим самим регулюючи актуальний для певної історичної доби порядок. Роль сміху як інструмента покарання та його здатність змушувати слідувати за модою є добре описаною. Роботи К. Леві-Стросса, Л. Леві-Брюля, Б. Малиновського, П. Радіна, Е. Б. Тайлора, В. Тернера та ін. розкривають дієвість публічного осміяння як форми соціальної санкції в ритуалах ще за архаїчних часів. У середині XVII ст. Ларошфуко помічав, що наша гордість значно більше страждає, коли заперечують наявність у нас смаку, ніж коли зневажають наші погляди. Людині неприємніше почути, що вона погано одягнена або бути висміяною через несмак, аніж дізнатися, що її думка про політику в галузі навколишнього середовища є безглуздою. Хоча вже в середині XIX ст. саме задля того, щоб зберегти увагу до нового тоді феміністичного руху, американські прихильниці цієї ідеології змушені були відмовитися від носіння "блумерсів" - шортів вільного покрою до коліна та міні-спідниць, бо їх нещадно висміювали за це. Цей одяг, який запропонувала носити захисниця прав жінок Амелі Блумер, через перетворення його на всезагальне посміховисько ледь не зіпсував просування фемінізму в маси на початковому етапі його становлення.

Мода при всій її, здавалося б, здатності уніфікувати поведінку, смаки, зовнішній вигляд людей насправді виконує не тільки функцію суспільної інтеграції, але й функцію диференціації, тобто виокремлення соціальних груп за статусом, віком, професійною приналежністю

стю, гендерними ознаками, місцем проживання, етнічними особливостями тощо. Саме символи, знаки, навіть ціла семіотична система моди полегшують пошук у суспільстві собі подібних. Мода, таким чином, виступає як чинник, що структурує суспільство, тому в стабільних суспільствах сміх змушує людей несвідомо дотримуватися цієї структури, не "випадати" із заданих модою зразків поведінки та самоідентифікуватися з ними.

Вплив несвідомого на динаміку розвитку соціокультурної сфери все більше привертає увагу дослідників. На існуванні певних паралелей між стародавнім трикстерським міфом та сучасним ученням про порядок і хаос наполягають Дж. Джеймісон, Г. Хакен, І. Стергенс, І. Пригожин, І. Хассан та ін. Експлікуючи ці спостереження на пояснення соціокультурного середовища, учені виділяють визначну роль сміхового начала як атрактора суспільних зрушень. У точці біфуркації (періодах зміни суспільних формацій, соціальних революцій, суттєвих криз та наступних трансформацій усталених способів буття людини) сміхова стихія виступає як провідник перетворень, вона хаотизує все навкруги, змішує цінності та ідеали, втручаючись у такі сфери життя суспільства, що за стабільних часів функціонують відповідно до чіткої регламентації та нормативно встановлених настанов: політику, економіку, освіту, науку, мистецтво, спорт, моду тощо. І, навпаки, за стабільних часів сміх виконує функцію інституціонування усталених цінностей та ідеалів, висміюючи будь-які зазіхання на їх порушення.

Отже, сміх у суспільстві з усталеним станом розвитку виконує функцію накладання санкцій на "відступників" від моди та змушує їх уписуватися в загальновизнану норму. У такому середовищі неодмінно викликають сміх ті, хто відстає від моди, та ті, хто сліпо наслідує найсучасніші модні зразки (так звані "жертви моди"). Причому, за часів модерну смішними видавалися намагання простаків завдяки модним атрибутам демонструвати приналежність до вищих верств. Тривалий час існували заборони на використання певних візерунків, тканин, кольорів тощо лише через те, що вони були ознакою панівної верстви населення. Багатії ревно дотримувалися всіх "міток" своєї станової приналежності, навіть випадкові натяки на них у вбранні простолюдинів прирікали бідняків на осміх. Висміювалися гендерні порушення, скажімо, жінкам тривалий час заборонялося носити штани у будь-якому їх вигляді, навіть спідньої білизни - панталон. Смішними видавалися діти, які копіюють одяг та поведінку дорослих. Не менш смішно виглядали люди зрілого віку, котрі намагалися "зупинити час" за допомогою наслідування молодіжної моди, використання фасонів одягу для молодих, молодіжного сленгу, відвідування місць молодіжного дозвілля тощо (показовий приклад - іронічний осуд оточенням відомої акторки Джулії Ламберт, героїні роману Сомерсета Моєма "Театр" (1937), яка, захопившись інтрижкою з молодим бухгалтером, необережно втратила відчуття вікових меж). Усі ці порушення законів моди здавалися тоді неприпустимими.

Незважаючи на поширене уявлення про моду як швидкоплинний феномен, модні тенденції на певний відтинок часу все ж таки конститууються в суспільстві як нормовані. Сміх, який підтримує будь-яку соціальну норму за стабільних соціальних умов, розповсюджує цю дію й на "закони моди", бо у своїй домінуючій функції він сакралізує та інституалізує їх. І, навпаки, у латентній функції сміх над завзятими модниками та модними явищами розхитує модні стандарти, не дає їм "застарівати", викриваючи їх крайнощі, недоліки, неактуальність.

Сміх як стимулює людей до сприйняття модних тен-

денцій, сприяючи їхній соціалізації, виступає рушієм економіки, бо дозволяє маніпулювати масовою свідомістю, просувати товари широкого вжитку на ринках збуту тощо, так і націлює на пошуки якоїсь "золотої середини", яка охороняє від певної автоматизації в дотриманні модних настанов. Сміх змушує членів спільноти, з одного боку, не ігнорувати трендів, слідкувати за зміною моди як "короткочасної суспільної норми", а з іншого - чітко відповідати тим соціально-структурним схемам, які вона закладає для збереження соціальної ієрархії. Тобто сміх регулює не просто моду, а соціальну норму як таку, він стоїть на сторожі загального суспільного порядку. У зв'язку із цим слушно є думка Е. Дюркгейма, який про сміх як регулятор соціальної норми писав: "...будь-яка соціальна група залежить від системи усталених соціальних почуттів кожного члена групи. Якщо цим почуттям нанесена шкода, можна говорити про стан "соціальної дисфорії", на який суспільство реагує за допомогою певних дій, щоб відновити status quo або стан "соціальної ейфорії" [6, с. 214-221]. Тож сміх як санкція слугує не стільки "виправленню" еретиків від моди, скільки зберіганню цілісності суспільних зв'язків та загального порядку. До того ж він діє як легальний "примус", як феномен типово соціальний, оскільки його суб'єктом виступає група, а не тільки окремих індивід.

Мода як явище соціальне й нормативне чутливо реагує на будь-які зміни в суспільстві. Вхідження останнього в стан переходу одразу відбивається на модних тенденціях як руйнування певного соціокультурного "коду" та вмикання карнавалю настроя, коли змішуються всі символи, знаки, архетипи минулих епох, традицій, цивілізаційних надбань задля його оновлення. Модний канон за таких умов під впливом сміхової стихії замінюється феєрією фривольності та свободою самовираження адептів моди. Приміром, Велика французька буржуазна революція 1789 р. потягла за собою зміни суспільних цінностей, ствердження демократичного типу відносин, що виплило наприкінці XVIII - поч. XIX ст. у справжній калейдоскоп мод: модні журнали почали виходити двічі на тиждень. У моді одночасно були грецькі туніки, хламиди, турецькі далмами, швейцарські шапочки, грецьке взуття - котурни; єгипетські сукні, алжирські чалми, нільські косинки і чепчики "a la Crocodile"; теплі салопи на ваті, спенсери з хутряною опушкою і доломанами - як прояв англomanії тощо. Люди, незалежно від станової приналежності, почали одягатися, гримуватися, навіть говорити за власним бажанням та смаком. У популярному модному часописі тієї доби сучасник так охарактеризував тодішню ситуацію сміхового розгулу: "Настав період всезагального перерядження, час якогось нескінченного карнавалу та безмежної оргії".

До середини XIX ст. становлення індустріального суспільства дещо стабілізувалося, був напрацьований новий культурний код, що призвело до повернення моди в нормативне русло із конкретними вимогами відповідно до статі, станової приналежності, вікових характеристик тощо. Сутність моди модерну визначають особливості зв'язку між соціальною позицією та суб'єктивною значущістю для особистості тих чи інших модних предметів та атрибутів. Саме в цей період ствердилось й "консервувалося" символічне явище дендизму як певного канону, знаку переможної чоловічої мужності, що відобразив культ особи, яка демонструє свою перевагу над суспільством через моду. Засновник й апологет європейського дендизму Дж. Браммел був зразком естетичного смаку й вишуканої елегантності як крайнього вираження аристократичності своєї натури. Він не приховував презирства, піддавав насмішкам

людей значно більш знатних або талановитих. Низько оцінюючи суспільство, що не володіло формою культури, уособленням якої він був, Дж. Браммел тим не менш не порушував суспільних законів. Така позиція відомого денді дуже імпонувала Байрону, якому приписують вислів "краще бути Браммелом, ніж Наполеоном" [7]. Утім, дендизм згодом переродився зі зразка високої естетики на консервативне естетство, що спричинило тиражування як карикатурного, так і драматичного образу денді в літературі (Барбе д'Орвії, Шарль Бодлер, Ернст Юнгер, Анрі-Марі Бейль Стендаль, Проспер Меріме, Оскар Уайльд та ін. створили галерею образів денді, проілюструвавши еволюцію дендизму) [7]. Функціональна роль сміху тепер передусім зводиться до нормування, контролю, регулювання, санкціонування, інтеграції/деінтеграції тощо, тобто до інституціонування певних суспільних цінностей, їх сакралізації з метою стабілізації порядку. У період модерну дія сміху як у стабільних, так і в перехідних станах суспільства точно відбивала соціальну ритміку: його домінуючою функцією в першому випадку була підтримка усталених цінностей і норм, а в другому - хаотизація і плюралізація можливостей задля пошуку нових ідеалів та смислів. Ця інверсія функцій забезпечувала не тільки зміну моди, але й оновлення ідеології, світогляду, зміну культурно-історичних епох.

20-ті рр. XX ст. знову нагадали про часи, коли переважає сміхове, а не нормативне начало. Ґрунтом, на якому виникло тодішнє "сміхове завихрення" був глибинний розлам у звичному способі життя, викликаний Першою світовою війною, революційними подіями в Росії. Суспільно-політичні протиріччя 20-х рр. XX ст. призвели до карнавалізації цілої епохи. За карнавальним сюжетом усе у свідомості людей перевернулося, змішалось, поєдналось несумісне: трагічне й смішне, змістовне й позбавлене сенсу. Великі ідеї інколи говорили корявою мовою вулиць, а махрове невігластво претендувало на значущість і статусність. Утративши свої імена, речі, люди, явища виглядали дивно, неочікувано, непізнавано.

Зміна старих норм, розпад впорядкованого ритму життя, незвичайність сприймалися сучасниками неоднозначно: і як трагічна ситуація, і як свято водночас. Виник дивакуватий тип "веселої зажуреної людини", у якої святкове сприйняття змін підкріплюється очікуванням утопічного перевлаштування світу. Моду тих часів можна схарактеризувати як надію, переодягнену в карнавальний костюм.

Це були роки піднесення. Європа відновлювалася після воєнних випробувань. Економічне зростання, розвиток промисловості формували стиль "золотих двадцятих". "Утрачене покоління", що пережило Першу світову війну, поспішало наздогнати упущене в нескінчених розвагах та веселощах. "Божевільні двадцяті", "ревучі двадцяті", "карколомні двадцяті", "веселі двадцяті" - як тільки не називали це пам'ятне та яскраве десятиліття джазу й дизеля, сінематографу й абсенту, "Шанель № 5" і маленької чорної сукні, що прийшли на зміну суворим потрясінням і стражданням. Епітети, що добиралися для позначення цього часу, підкреслювали його особливості, пов'язані з небаченою силою життєвої енергії, ентузіазмом, новими надіями, які народжувалися в людей, котрі пережили світову війну. Одночасно це був період передчуття невідворотності наступних трагедій, передбачення того, що невдовзі світ опиниться на порозі нової біди: наступу тоталітаризму з його жорстким регламентом, Другої світової війни з усіма її жахіттями. Від того сум і розгубленість межували з бажанням використати момент і жити на повну, отри-

мувати насолоду, веселитися так, немов наступний день може не дати такої нагоди. Двадцять років минулого століття позначили новий злам в історії людства та запустили маховик сміхового коловороту й у суспільстві в цілому, і в моді зокрема.

Саме тут проходить вододіл, що назавжди відокремив поняття "мода" і "стиль". Стилістика відбивала різні сподівання людей того часу. Війна змінила уявлення про жінку та її місце в суспільстві, посприявши небаченим раніше метаморфозам в оформленні її зовнішності. Саме жінка була тоді медіумом моди й провідником сміхової стихії, вона кидала виклик суспільству, будучи уособленням міфологічного трикстера. На ній позначилися одразу всі зрушення тієї доби: і повоєнні сліди "мілітарі", і промисловий бум з його науково-технічною революцією (захопленням автомобілями, аеропланами, велосипедами), і нові напрямки мистецтва (імпресіонізм, авангардизм, футуризм, кубізм, дадаїзм, супрематизм тощо).

Дами масово коротко стригли волосся, водили авто, прилюдно палили, відвідували театри, кіно, ресторації без супутників чоловічої статі, носили чоловічий одяг: смокінг, брючні костюми, краватки, сорочки, кашне, робочі комбінезони, закриті туфлі, на кшталт чоловічих напівчобіт - загалом робили те, що навіть і не снилося суфражисткам попередньої епохи й навіть їм здавалося б вершиною розпусти. Жінок у короткій сукні, засмаглих, зі стрижкою "паж" або в стриженних рясних кучерях і в густому макіяжі в англійській розмовній мові називали "flapper", що означало особу молододу, легковажну, непутящу, розв'язну, без моральних принципів. Образ жінок "флепер" швидко трансформувався: від летаргічної дами поч. 20-х XX ст. до спортивної й засмаглої *garçonne*, що з'явилася в 1925 р., і, нарешті, до *femme fatale* кінця 1920-х рр. Отже, всі типи жіночої зовнішності - драматичний, природний, романтичний - проявили себе в цей період.

Окрім того, паралельно Європу поглинула мода на екзотику. Розкопки гробниці фараона Тутанхамона викликали справжній ажітаж - єгиптоманію. Малюнки лотоса, скарабея, Клеопатри були всюди на ювелірних виробках, принтах, одягу, в інтер'єрах кафе та домівок, особливо в стилі "ар деко". Жінки носили геометричні зачіски, що нагадували єгипетські перуки, сукні здовженого силуету, орнаменти, котрі були знайдені в поховальних камерах гробниць, позаяк силуети костюмів, прикриси активно копіювали модельєри, ювеліри, тиражували журнали мод.

У двадцяті Америка начебто зірвалася з ланцюга. Алкоголь, нікотин, опіум супроводжували "золоту молодь", як і гонки на автомобілях, польоти на аеропланах. І мода це все відбивала. Звільнившись від корсетів, жінки одягались у модну тоді функціональну форму, шкіряні куртки, автомобільні краги, навіть льотні шоломи носили в повсякденному житті. Мода змушувала своїх прихильниць кидатися в крайнощі: носити то чоловічий одяг, то одягатися так, що не одразу було зрозуміло - дама одяглася чи роздяглася, оскільки з'являється мода на оголення рук, ніг, спини аж до останнього хребця. Це був час шаленого захоплення сінематографом і панування яскравого макіяжу а-ля героїні німого кіно. Головне в макіяжі - досягти "ефекту П'єро". Емоційно образ виходив різкий і нервовий. Темні тіні, чорна підводка для очей, рясно нафарбована вій, темно-червона або бордова помада будь-яку жінку перетворювали на рокову красуню. Кольорові лаки для нігтів ефектно декорували дамські пальчики, а в поєднанні з цигаркою на довгому мундштуці довершували образ "вамп". Тоді ж були в моді найрізноманітніші капелюшки, токи, ка-

нотьє, берети й обов'язкова довжелезна низка перлин. Атмосферу безтурботності епохи 20-х рр. ХХ ст. найяскравіше відобразив Ф. Скотт Фіцджеральд у книзі "Відлуння віку джазу" (1931): п'янке шампанське, скандальний джаз, заводний чарльстон, "глибокий шок суспільства" від перших купальників із трикотажу для відпочинку на морі вдень і піжамних вечірок на пляжі вночі, а також теніс, гольф, автомобільні прогулянки, лижі й сміх, щасливі вигуки, гомін розваг, які лунають звідусіль.

Західний світ захлеснув "ар деко", що був еклектичним стилем, у якому змішувалися геометричні форми кубізму й абстракціонізму з африканською екзотикою, стилізовані форми в дусі "ар нуво" з мистецтвом Давнього Єгипту, невимушено уживалися разом найкоштовніші матеріали: золото, срібло, слонова кістка, червоне дерево, крокодилова шкіра з інноваційним алюмінієм. "Ар деко" сміливо поєднував східні мотиви, елементи старовини, модерн, руський конструкторизм, абстракціонізм, кубізм. В інтер'єрах переважали яскраві декоративні елементи, сміливе поєднання кольорів. Китайський стиль дав 20-м рокам минулого століття нову хвилю змін: дівчата не розставалися з китайськими декоративними собачками, яких повсюдно носили на руках; як домашній і пляжний одяг ствердилися китайські кімоно, а китайська парасолька стала невід'ємним атрибутом модного костюму. Великим був вплив руського стилю: товстий шар рум'ян, головні убори у вигляді кокошника-вінця носять і в Європі, і в Америці. Сукні, стилізовані під селянський одяг з вишиванками, коштовні прикраси з візантійськими візерунками, хутряне оздоблення головних уборів поєднувалися з принтами, що нагадували полотна К. Малевича.

Мода 1920-х у СРСР також була бурхливою сумішшю всього з усім. Це був той історичний період, коли сформувався унікальна модна ситуація. Під впливом двох гуманітарних катастроф Першої світової війни та революції в Росії найдивнішим чином поєдналися паризький шик, руський стиль, мистецький авангардизм, передусім футуризм і кубізм, і пролетарський нігілізм. Проривним для тих часів був популярний рух 1921 р. "Геть сором!", прихильниці якого носили прозорий тюль з пов'язкою на стегнах. Проте це відчайдушне намагання відмовитися від буржуазних пережитків (одягу) в холодній Росії не прижилося. У моді були хутра, тканини з безпредметним малюнком, "супрематичні візерунки". Неп дав дивні зразки тогочасних модниць та модників від богемних образів до пролетарського функціоналізму й унісексу зі шкірянками, гімнастерками, брюками галіфе й червоними хустками. Досить згадати більшовичок, які, не встигнувши розібратися що до чого, відвідували оперний театр в експропрійованих мережєвих комбінаціях буржуйок замість вечірніх суконь. Експерименти в моді були апробацією якогось нового світу, що лишень народжувався. В. Хлебников у вірші "Закляття сміхом" (1910), намагаючи нові літературні форми, немов зурочив не лишень наступні десятиріччя, але й майже ціле століття: "О, расмейтесь смехачи! О, засмейтесь, смехачи! Что смеются смехами, что смеяются ствуют смеяльно, О, засмейтесь усмеяльно!" [8, с. 5-6].

Те, що починалося за пізнього модерну так легко, невимушено, грайливо й обіцяло смислове та ідейне оновлення, якусь визначеність, не було завершено. Вихід із карнавалізованого стану не відбувся в природний спосіб, властивий модерній добі. Радше слід говорити про спотворення карнавалізованого середовища тоталітарними тенетами з його зазіханнями на монополію влади, уніфікацію стилю й способу життя. Модерна карнавальність двадцятих була генеральною репетицією постмодерну, або, навпаки, постмодерна

карнавальність стала не подоланням, а завше продовженням і відродженням модерну саме в стадії його сміхового переродження. Найбільш чуттєві інтелектуали тієї доби дуже влучно підмітили поступове скочування моди з "карнавалу надії" до "карнавалу безнадійності й зневіри". Г. Зіммель уже в статті, датованій 1916 р., відзначав ці зміни, спрямовані на стилістичний плюралізм. Він писав про той період як про такий, що позбавлений стилю, оскільки "відсутня якась домінуюча мода, але існують міриади гетерогенних стилів" [9, с. 112-134]. Сьогодні тенденція, що ледве проглядалася за часів Г. Зіммеля, дедалі більше радикалізується. Сміх вийшов з-під контролю. Його функціональне й універсальне призначення - слугувати агентом оновлення та життєствердного начала - спотворене. Симулякрізація сміху відбилася й на деформації в моді як нормативному явищі.

Формування постіндустріального суспільства започаткувало постмодерний, споживацький спосіб існування, який став черговим "переходом", а отже, знову виникли підстави для справжнього "божевілья моди". Суцільна карнавалізація постмодерного соціокультурного простору призвела до перетворення сміху та іронії з "чутливих страхів й охоронців" моди на її законодавців: мода тепер має бути будь-якою, але обов'язково дивакуватою, грайливою, веселою, прикольною, аж ніяк не нудною і стандартизованою. Якщо за стабільних історичних епох оформлення зовнішності є цілою ієрархією знакових систем, що дозволяють ідентифікувати особистість, то карнавалізована мода постмодерну призводить до повного розпаду знаків, які вже не свідчать про приналежність до певної соціальної верстви, статі, вікової групи, не містять характерологічних особливостей, престижно-статусних, етнічних та рольових позначок.

Мода - феномен, який у найбільш концентрованому вигляді відбиває стан культури та суспільства в межах певного історичного часу. Будучи квінтесенцією колективної свідомості конкретного соціуму, вона яскраво віддзеркалює духовні потреби людини й суспільства. Постмодерна мода відбила кризу появи нового та інтелектуальної втоми. У стабільних станах розвитку мода є однією із загальноприйнятих, нормованих зовнішніх форм культури: способу життя, правил спілкування, стилю одягу, предметів побуту тощо. Постсучасність як перехідна епоха, з одного боку, висунула на поверхню таке явище, як розрив із попередньою традицією, а з іншого - не трансмутуацію всіх цінностей, а їхню комутацію, комбінаторність, амбівалентність. Як зазначає Ж. Бодрійяр, "сучасність - це код, і мода - це його емблема" [10, с. 123-134]. Відповідно, зчитування модою коду постсучасності не могло відбутися без фіксації особливої ролі сміху в пошуках нових форматів суспільного буття, його цінностей та ідеалів. Проникнення сміху в усі сфери соціуму, загальна карнавалізація соціокультурного простору, звісно, вплинули й на модні тенденції. Сьогодні дух сміхового заперечення, пародії, передражнювання став стилем життя і модним концептом. Тепер важливо бути кумедним, дивним, прикольным, у чомусь дивакуватим. Цієї моди не можна уникнути, оскільки вона перетворює на модну рису навіть свідому відмову від моди. Якщо в стабільні періоди мода стає певним важелем стандартизації поведінки та смаків, а сміх виконує по відношенню до неї регуляторну та санкціонує функції, то тепер сміх перестає бути її вартовим і стає законодавцем моди, він конституює несерйозність як тренд і, відповідно, утрачає потенціал регуляції та санкціонування. Адже будь-який порушник постсучасної моди не може бути висміяним у значенні "покара-

ним сміхом". Якщо з нього й будуть сміятися, то лише тому, що він став одним із тих, хто створює загальну картину "святкового божевілля". Це буде заохочувальний сміх з підморгуванням тих, хто також належить до виручої навкруги модної лихоманки [11].

Мода, за висловом сучасного французького філософа Ж. Липовецького, стала "кумедною пародією". Він відзначає, що для того, щоб у цьому переконалися, достатнього перегорнути сторінки журналів мод й поглянути на вітрини магазинів: майки зі смішними малюнками або написами, усілякі "дурнувати" дамські шкарпетки і гольфи, брошки у вигляді ескімо або слоненя, "дитячі" головні убори для дорослих, зачіски їжаком, дреди, вибрані скроні та потилиці в поєднанні з різнобарв'ям на волоссі, стрази й зірочки в макіяжі, оздоблені штучними діамантами окуляри, затісні футболки з імітацією етнічних тату, яскраві тваринні та рослинні принти, азійські та африканські мотиви в одязі тощо. Очевидно, що на зміну гарному смаку, який виховувався, у тому числі завдяки нормуючим модним зразкам, приходять веселий стиль. Ж. Липовецький стверджує, що "епоха гумору змінила епоху естетики". Гумор став однією з категорій, що впливають на манеру одягатися, поводитися. Шик уже не в тому, щоб одягатися за останнім віянням моди. Він полягає в тому, щоб скласти миттєве враження, збентежити несподіваністю образу, його незвичайністю та оригінальністю, викликати посмішку. Важливо виглядати видовишно, не порушуючи загальної веселості та гедоністичного настрою суспільства [12, с. 118-125].

У сьогоднішній моді ліквідовані будь-які критерії та імперативи, зате існує мирне співіснування стилів. З початку 90-х рр. ХХ ст. процес рециркуляції моди досяг такої швидкості, що предмет не встигає вийти з моди, як уже знову стає актуальним. Завдяки цьому ми досягли такого пункту, в якому мода, реалізуючи свій потенціал оновлення, відмовилася від своєї логіки, коли принцип заміни старого новим більше не спрацьовує. Перефразовавши вислів Енді Воргола щодо постмодерного мистецтва, про моду також можна сказати, що тепер "є місце для усього".

Мода на "ретро" дозволяє міксувати будь-які стилі, котрі не викликають ностальгії, бо вона є карикатурним згадуванням про минуле. Це осміювання швидкоплинності моди та імітація її повторення на новому рівні. Постсучасна мода висміює підкреслену *урочистість* "хорошого тону", передбачаючи художню неохайність, розкутість. Нове має виглядати поношеним, а нарочите - спонтанним. Мода втрачає свою вишуканість, її стиль стає дедалі більш кумедним. Поруч із лібералізацією постмодерних інститутів і настанов, загальною карнавалізацією суспільного життя карнавальність поглинає й моду, котра сприймається чимраз далі як бал-маскарад. Сміх як законодавець мод надягає на людей маски, котрі вже не завжди дозволяють за допомогою зовнішніх сигналів і знаків ідентифікувати їхнє місце в соціальній ієрархії. Якщо в стабільних станах розвитку суспільства мода формувалася відповідно до соціальної приналежності тих, хто її наслідує, то тепер усі маски сплутані. Сміх, який раніше через дію санкціонуючої та критичної функції змушував людей дотримуватися модних канонів, стилів поведінки, манери поводитися в суспільстві, чітко розподіляв їх відповідно до соціальної структури, тепер конститує ігрове ставлення до власної самоідентифікації, залишаючи всім широкий простір для фантазії. Постсучасна мода готова прийняти все, що завгодно, переварити несумісне й усе це зробити з іронічною посмішкою, бо сміється з будь-якої норми й гучно святкує "день непослуху" [13].

Сьогодні одночасно модними можуть бути запозичені з екзотичних культур одяг та атрибути, аксесуари архаїчних ритуалів, "вінтажні" зачіски та макіяж, а також авангардні марки відомих світових брендів, але одразу ж, - немов знуцання з них, - речі з нашитими назвними лейблами, фірмовими знаками, синтагмами та аббревіатурами, які перетворюють перші на щось несерйозне, позбавлене сакральності - "карнавальний світ навиворіт". Статусні межі розмилися. Мільярдер може носити діряві джинси та майку, а провінційний студент - хизуватися купленим на останні гроші годинником "Ролекс". На тлі цих зрушень сформувався концепт гламуру як крайній вираз модного намагання виглядати щасливим, багатим, розкішним, відомим, скандальним, веселим і безтурботним. Його позитивні конотації припадають саме на блиск, зовнішній лоск, привабливість, виставлену на всезагальний огляд кричущу сексуальність, епатаж, що інтригує й межує з відвертою вульгарністю; піднесений, задоволений настрій; заклик до дій, передусім, - до розваг і видовищ. Негативними смисловими наголосами тут є робота на публіку, фальш, штучність емоцій, обман, нівеляція духовності, антиінтелектуальність. Антонімами до концепту "гламур" виступають нудьга, сірість, простота, одноманітність тощо. Проте, попри всі свої зазіхання на "небуденність", гламур міцно прописався в повсякденності, тим самим ще більше підкреслюючи абсурдність карнавалізованого соціального простору. Щодня виглядати "гламурненько", значить відповідати поширеним уявленням про щасливе життя.

Якщо на початку ХХ ст. відбувалася шалена гонитва за примарним щастям, то нашим сучасникам, як і героям абсурдистської п'єси Семюела Беккета "В очікуванні Годо", лишається лише констатувати "щастя як факт" і запитувати себе: "Ми щасливі. Що нам тепер робити, коли ми щасливі?". Вірогідно, у споживацькій гонитві слід постійно перебувати в стані святкового піднесення. Перманентне збудження від придбання нового має заповнювати екзистенційний вакуум. Однак суспільство споживання не може впоратися з цим завданням і виявляється черговою утопією, у якій індивіди марно бажають реалізувати себе лишень через купівлю товарів, бо досягають високої самооцінки та цінності для суспільства тільки завдяки своїй купівельній спроможності.

На цій хвилі модні журнали епохи постмодерну, іменовані "глянцем", фактично витіснили реальність як таку, перетворивши навколишню дійсність на купу симулякрів - подібностей без оригіналу та гіперреалістичних об'єктів. Глянцеві журнали змушують вірити в досяжність гламурних ідеалів, а на практиці продукують карикатурні штампи й кіч. Як справедливо зазначає В. Пелевін у романі "Ампір В", "гламур - це мистецтво обману, маскуванню й контролю" [14, с. 57]. Головну ідеологію гламуру письменник вбачає в "переодяганні" в найширшому розумінні. "Переодягання й маскуванню - не тільки технологія, але і єдиний реальний зміст гламуру" [14, с. 69-70]. Насаджувана філософія гламуру є філософією споживання, яка витиснула всі інші ідеології. Про це В. Пелевін продовжує розмірковувати й у романі "Бетман Аполло": "Люди знаходяться в постійному оточенні образів щастя. Ритуал споживання вчить людину зображувати захоплення від того, що, по суті, є нав'язаною їй метушеною та мукою. Усе масове мистецтво обривається хепіендом, який оманливо подовжує щастя й вічність. Усі інші шаблони заборонені. Начебто й дурно зрозуміло, що за наступним поворотом дороги - старість і смерть. Але дурню не дають оговтатися, тому що образи радості й успіху бомбардують його з усіх боків" [15, с. 46].

К. Леш у книзі "Культура нарцисизму" вказує, що раз мінливий, вихровий спосіб поведінки став головною опорою суспільства. Культ молодості, веселості, енергійності - це результат культурних змін, які передбачають орієнтацію на рекламу й сферу розваг, споживання й задоволення. Мода вивела на сцену тіло, коли тілесність починає виконувати роль медіума моди. Тіло стає центральним елементом, навколо якого вибудовується ідентичність. Тепер, як свого часу помітив Оскар Уайльд, "...щоб бути абсолютно сучасним, треба не мати душі". Мода все менше стає знаком приналежності не лише до якоїсь спільноти, вікової групи, але й визначеної статі. "Унісекс" постсучасності - явище, яке нагнітає сексуальність і в той же час "знімає" всі ознаки сексуальної приналежності. Тим самим мода створює певне культурне середовище. Разом із цінностями демократизму, лібералізму, рухливості ритмів, форм, множинності стилів життя прийшла мода на молодість, адже саме з нею асоціюється нестримна радість, легкість сприйняття нового, жага до змін, розваг, сміливих експериментів. Тепер немає чіткої межі між дитячою модою, модою підлітків та дорослих людей. Перші надто швидко дорослішають, останні не хочуть старіти. З 80-х рр. ХХ ст. стало неможливим відрізнити одяг за віковими групами. Мода надихається молодістю, тривалістю якої тепер не визначена якимись рамками. Термін "молодість" є ознакою не певної вікової групи, а обраної життєвої настанови - "бути вічно молодим". Постмодерна сміхова хаотизація модних трендів призвела, за Ж. Липовецьким, до "демократичного плюралізму марок та стилів", і представники різних груп уже не дотримуються якихось одних уподобань, а "займаються стилістичним серфінгом", щоразу змінюючи стилі, а не підтримуючи їх" [12, с. 136-139].

Отже, можна стверджувати, що зараз стрілка соціального годинника немов забула про притаманну його механізму ритміку та залипла на стадії переходу, який надто затягується. Постсучасність призвела до дисфункціонування сміху як інструмента критики та смислоутворення на шляху оновлення не лишень модних канонів, але й культури в цілому. Ж. Лакруа слушно зауважував на значенні міри іронії в суспільстві. Слугаючи своєрідним барометром, "іронія є показником духовності, однак якщо іронії піддається все і вся, це свідчить про кризу духовного життя". Відтак, крізь іронію слід пройти, але її також треба подолати. Наочно ця якість іронії проглядається в епоху постмодерну, коли пріоритетним завданням культури стає не дослідження світу, а створення нової симулятивної гіперреальності. "Подолання" іронії в цих умовах відбувається в дивний спосіб. У доведений до межі іронічності поглинається суб'єкт іронізування, унаслідок чого іронія об'єктивується, "уречевлюється", закарбовуючись у предметах, речах, наявних декораціях навколишньої дійсності. Критична функція суб'єкта зараз поступається іронічній функції об'єкта, іронія тут об'єктивна, а не суб'єктивна.

Ж. Бодрійяр у низці своїх робіт констатує як факт: "немає більше потреби у проекції іронії на реальний світ, потреби в зовнішньому дзеркалі, що простягає світу образ його дубля - наш опанований всесвіт поглинув свій дубль, став спектральним, прозорим, утратив свою тінь, й іронія цього інкорпорованого дубля випливає щомиті в кожному фрагменті наших знаків, наших об'єктів, наших образів, наших моделей" [16]. Якщо сюрреалісти навмисно перебільшували функціональність речей, зіставляли об'єкти з абсурдністю їхніх функцій в поетичній ірраціональності, то в постмодерному сьогодні "речі стали іронічно світитися самі по собі, ста-

ли без зусиль абсурдувати свій сенс, так що немає більше потреби підкреслювати їхню штучність та беззмістовність, це стало частиною їхньої саморепрезентації, ланцюжкового прояву їхньої візуальної, надмірно візуальної поверхні, котра сама по собі створює ефект пародії" [16]. Тепер не суб'єкт уявляє собі світ ("I will be your mirror!"), але сам об'єкт проєктує суб'єкта. Суб'єкт більше не майстер гри, здається, їхні ролі перевернуті. Об'єкти-симулякри прекрасно відбивають сутність сучасного суспільства, у якому абсорбується наша власна реальність та ідентичність. Об'єкти з їхньою "магією" і силою впливу нині ведуть іронічну гру без участі суб'єктів. Постмодерна мода це демонструє якнайкраще. Модний одяг, архітектура, інтер'єри випромінюють іронію та уречевлену в них насмішку. Збереження ситуації, при якій мода й надалі характеризуватиметься відсутністю обмежень, дає підстави стверджувати, що її потенціал для створення ідентичності постійно зменшуватиметься. Проте повністю не можна виключити її вплив, адже ті речі, що нас оточують і в які ми одягнені, мають вирішальне значення для розуміння самих себе та нашого місця у світі. Вірджинія Вульф у романі "Орланд" пише про цю функцію одягу: "Він змінює наш погляд на світ і погляд світу на нас", уточнюючи далі, що "це не ми носимо одяг, а він - нас". Зважаючи на ситуацію постмодерної моди, уже час констатувати: не ми сміємося з кумедного одягу, а він з нас, вже не ми граємо в "переодягання", а "переодягання" грається нами.

Такі обставини по-різному сприймаються та інтерпретуються дослідниками. Якщо Ж. Бодрійяр цілком втрачає надію на повернення "чистоти й прозорості" світу речей, то Ж. Липовецький розцінює моду радше як продуктивну гру в гумористичному суспільстві, ніж силу, що позбавила реальності сучасне життя. Він звертає увагу на те, що постмодерна мода є реалізацією людської автономії у світі, вона "відбиває завершальну стадію демократизації свідомості й значущості" [12, с. 143-149]. Л. Свендсен вважає очевидним, що плюралізм життєвого простору, яким характеризується постсучасність, супроводжується плюралізмом у моді. Мода, на його думку, здатна відображати основоположні інтереси, що їх містить у собі культура: захоплення поверхневим, перетворення дійсності на дедалі більш фіктивну, утрата стійкої ідентичності. Л. Свендсен критично ставить до людини моди, яку репрезентує Ж. Липовецький. В очах норвезького філософа такий тип людини не є суб'єктом політики, що сприяє розвитку демократії, навпаки, політика їй байдужа, вона вільна передусім в реалізації самої себе "тут і зараз", але зовсім непевна в тім, ким хоче бути, якою є її кінцева мета. Отже, він малює портрет істоти інфантильної, безвідповідальної, навіть не поблажливої у своєму егоцентризмі до оточуючих, чия гонитва за пошуками власної ідентичності призводить до повного розчинення останньої. Філософ Марта Нуссбаум також сперечається з Ж. Липовецьким, стверджуючи, що культура, яку той вихваляє, - усе що завгодно, але не демократична культура просвітництва, бо вона складається не з напружуд автономних особистостей, а лишень із поверхневих рабів моди, не здатних пов'язати своє життя з чимось або з кимось.

Відтак, можна дійти висновку, що населення планети наразі втягується в небачений модний карнавалізований рух, який є зовнішнім виразом, яскравою візуалізацією суспільної хаотизації, соціальної аномії, негативної свободи, що має вилитися в пошуки оновленої системи соціокультурних норм і цінностей, а як наслідок - концепції позитивної свободи та самоідентифікації

особистості. Спираючись на ідеї функціоналізму Р. Мертона, варто зауважити, що будь-яка система здатна до саморегуляції та адаптації. Р. Мертон доводив, що в соціокультурних процесах, окрім явної (домінуючої) функції, що справляє вплив на систему, існує ще й латентна функція, яка може бути "корисною". Отже, якщо сміхова стихія, що охопила всі сфери культури в перехідний період постмодерну, замість функції оновлення перетворилася на дисфункцію "бродіння по колу", якщо замість точки опори для суб'єктів дії об'єктивувалася й закарбувалася в речах і предметах навколишнього світу, цілком вірогідним видається її урівноваження прихованою функцією сміху. Адже сміховий модний формат створив умови для реального переживання в суспільстві на рівні почуттів, тілесності, емоцій таких цінностей, як плюралізм, рівність, свобода, толерантність, демократія, вільний вибір самоідентифікації тощо, які в широкому соціокультурному масштабі доволі часто лишаються лише гаслами. По суті, це забезпечило формування габітусу певної людини під впливом соціальних структур і генерувало дії, котрі, своєю чергою, репродукують ці соціальні структури. А схеми габітусу, за П. Бурдьє, є дуже впливовими, оскільки вони діють глибше рівнів мови та свідомості, знаходяться поза зоною управління та втручання волі, вони сприймаються на власній "шкірі" і засвоюються невольними "фібрами душі". Вочевидь, саме це мав на увазі Ж. Липовецький. Можливо, за сміховою зміною зовнішніх модних форм та напрацюванням досвіду соціальної взаємодії на підставі нових ідеалів нам відкриються широкі обрії майбутньої соціальної реальності та її ціннісних орієнтирів, де згортання карнавалізації призведе не до повернення в залишений в минулому докарнавальний стан, а до справжньої містерії оновлення.

### Висновки

Як показало наше дослідження, мода і сміх постійно ведуть між собою діалог, їх взаємодія та взаємовпливи дозволяють розкрити складні процеси соціокультурного середовища в цілому. Модерна доба демонструє приклади впливу сміху як на підтримку модних канонів у стабільні періоди розвитку суспільства, так і на хаотизацію модних тенденцій в моменти переходу за карнавальним типом з метою пошуку нових ціннісних настанов, ідеологем. Проте постмодерний період, навпаки, розкриває дисфункціональні прояви сміхової стихії, яка на тривалий час "збила" звичну соціальну ритміку, змінила саму природу й логіку моди, у якій тепер діє не принцип заміщення одного іншим, старого новим, а панує принцип доповнення, паралельного існування всіх можливих стилів, що призводить до низки як негативних, так і позитивних трансформацій. Пошуки виходу з карнавалізованого стану суспільства на шляхи, що виведуть людство на позитивні вектори його розвитку, виявлення способів по-

долання сміхових деформацій потребують подальшого дослідження особливостей функціонування сміху в умовах постмодерну та соціокультурному просторі в історичній ретроспективі.

### ЛІТЕРАТУРА

1. Свендсен Л. Философия моды / Л. Свендсен ; [пер. с норв. А. Шипунова]. - М. : Прогресс-Традиция, 2007. - 256 с.
2. Леопарди Дж. Разговор Моды и Смерти / Дж. Леопарди // Нравственные очерки. Дневник размышлений. Мысли. - М. : Республика, 2000. - 448 с.
3. Дихнич Л. П. Феномен моди в соціокультурних процесах ХХ століття : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. іст. наук : спец. 17.00.01 "Теорія та історія культури" / Л. П. Дихнич ; Київ. нац. ун-т культури і мистецтва. - К., 2002. - 20 с.
4. Барт Р. Система Моды. Статьи по семиотике культуры / Р. Барт ; [пер. с фр., вступ. ст. и сост. С. Н. Зенкина]. - М. : Изд-во им. Сабашниковых, 2003. - 512 с.
5. Дюркгейм Э. О распределении общественного труда: Метод социологии / Э. Дюркгейм ; [пер. с фр. и послесл. А. Б. Гофмана]. - М. : Наука, 1991. - 576 с.
6. Дюркгейм Э. Социология. Ее предмет, метод, предназначение / Э. Дюркгейм ; [пер. с фр., сост., послесл. и примеч. А. Б. Гофмана]. - М. : Канон, 1995. - 352 с.
7. Манн О. Дендизм как консервативная форма жизни / Отто Манн // Волшебная гора : Московский философский журнал. - 1998. - № 7. - С. 5.
8. Хлебников В. Заклятие смехом / В. Хлебников // Поэзия русского футуризма. - СПб. : Академический проект, 1999. - С. 5-6.
9. Зиммель Г. Мода / Георг Зиммель // Избранное. Т. 2. Созерцание жизни. - М. : Юрист, 1996. - 607 с.
10. Бодрийяр Ж. Символический обмен та смерть / Ж. Бодрийяр. - Львів : Кальварія, 2004. - 376 с.
11. Мальцева О. В. Смех как регулятор модных тенденций / О. В. Мальцева // Dynaika naukowych badan - 2013 : IX Międzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji Przemysłu, 07-15 lipca 2013 roku. - Przemysł : Nauka i studia, 2013. - Volume 6. - С. 72-74.
12. Липовецьки Ж. Эра пустоты: эссе о современном индивидуализме / Жиль Липовецьки. - СПб. : Владимир Даль, 2001. - 331 с.
13. Мальцева О. В. Мода постсучасної доби: все заради сміху, веселощів, розваги / О. В. Мальцева // Динаміката на сьвременната наука-2013 : IX Международна научна практ. конф., София, 17-25 юли 2013. - София : "Бял ГРАД-БГ" ООД, 2013. - Т. 5. - С. 54-56.
14. Пелевин В. О. Амфир В / В. О. Пелевин. - М. : Эксмо, 2007. - 416 с.
15. Пелевин В. Бэтман Аполло / В. Пелевин // Огонек. - 2013. - № 10. - С. 46-47.
16. Бодрийяр Ж. Эстетика иллюзий, эстетика утраты иллюзий / Ж. Бодрийяр // Элементы. - 1998. - № 9. - С. 34-42.

**Мальцева Ольга,**

*кандидат философских наук, доцент кафедры социологии и социальной работы  
Приазовского государственного технического университета, г. Мариуполь*

## **ДИАЛОГ МОДЫ И СМЕХА: МОДЕРНИСТСКАЯ И ПОСТМОДЕРНИСТСКАЯ КОРРЕЛЯЦИИ**

**В статье рассматривается влияние смеха на становление и динамику развития такого социокультурного феномена, как мода, исследуется характер функционирования смеха и моды в зависимости от социальной ритмики, выявляются особенности их корреляции в стабильных и переходных состояниях общества.**

**Ключевые слова:** смех; мода; социальные функции смеха; карнаваллизация моды; симулякризация социокультурного пространства; объективация смеха и иронии.



Maltseva Olga,

*candidate of philosophical sciences, associate professor of the Academic Department of Sociology and Social Work of Pryazovskiy State Technical University*

### DIALOGUE BETWEEN FASHION AND LAUGHTER: MODERN AND POSTMODERN CORRELATIONS

The article explores impacts of laughter on the formation and dynamics of such a socio-cultural phenomenon as fashion, examines the functioning of laughter and fashion in terms of social rhythmicity, and illuminates their correlations in stable and transitional states of society.

The paper is focused on the influence exerted by the unconscious on social processes, namely, the existence of certain parallels between ancient trickster myths and the contemporary doctrine of order and chaos. The socio-cultural environment is explicitly interpreted via these observations, entailing the determination of a prominent role of humor as an attractor of social changes. It is asserted that laughter and fashion are in permanent dialogue; their mutual interactions and reciprocal influences allow revealing complex processes inherent in the whole socio-cultural environment.

Contemporary epoch provides examples of impacts made by laughter on both supporting fashion canons in periods of stable society and chaotization of fashion trends in moments of transition in accordance with a carnival type in order to seek new value guidelines and ideologemes. Thus, in modern society with its established development state, laughter performs the function of imposing sanctions on "apostates" of fashion and makes them fit generally accepted norms. The inclusion of modern society in the state of transition immediately influences fashion trends, acting as the destruction of a certain socio-cultural "code" and impetus for carnival mood; all characters, symbols, and archetypes of past epochs, traditions, and civilizational achievements are mixed for the vivification.

However, in contrast, the post-modern period reveals dysfunctional manifestations of comic element. The laughter ceases to be the guardian of fashion and becomes its legislator; it determines the facetiousness as a trend and loses its regulatory and legislative potential. This dysfunction of laughter has disturbed conventional social rhythmicity, changing the nature and logic of fashion. Instead of the principle of the substitution of old phenomena by new ones, the principle of supplements and parallel existence of all possible styles dominates in today's fashion, leading to a great diversity of both negative and positive transformations.

**Keywords:** *laughter; fashion; social functions of laughter; carnivalization of fashion; simulacration of sociocultural space; objectification of laughter and irony.*

#### REFERENCES

1. Svendsen L. (2007), *Philosophy of Fashion*, Progress-Traditsiya, Moscow, 256 p. (rus).
2. Leopardi G. (2000), Dialogue between Fashion and Death, in *Nravstvennyye ocherki. Dnevnik razmyshleniy. Mysli*, Respublika, Moscow, p. 448. (rus).
3. Dykhnych L. (2002), *The phenomenon of fashion in sociocultural processes of the twentieth century*, Abstract of thesis for the degree of candidate of historical sciences in specialty 17.00.01 «Theory and history of culture», Kyiv, p. 20. (ukr).
4. Bart R. (2003), *Fashion System. Articles on the Semiotics of Culture*, The Sabashnikovs' Publishing House, Moscow, 512 p. (rus).
5. Durkheim E. (1991), *The Division of Labour in Society*, Nauka, Moscow, p. 576. (rus).
6. Durkheim E. (1995), *Sociology and Its Scientific Domain*, Kanon, Moscow, p. 352. (rus).
7. Mann O. (1998), Dandyism as a Conservative Form of Life, in *Volshebnyaya gora. Moskovskiy filosofskiy zhurnal*, Vol. 7, p. 5 (rus).
8. Khlebnikov V. (1999), Spell of Laughter, in *Poeziya russkogo futurizma*, Saint Petersburg, pp. 4-5 (rus).
9. Zimmel G. (1996), Fashion, in *Izbrannoye. T. 2. Sozertsaniye zhizni*, Moscow, p. 607 (rus).
10. Baudrillard J. (2004), *Symbolic Exchange and Death*, Kalvaria, Lviv, p. 376 (ukr).
11. Maltseva O. (2013), Laughter as a Regulator of Fashion Trends, in *The dynamics of scientific research - 2013: IX the International scientific-practical conference*, Przemysl, Vol. 6, pp. 72-74 (ukr).
12. Lipovetsky G. (2001), Era of Emptiness: An Essay on Modern Individualism, Vladimir Dostal, Saint Petersburg, p. 331 (rus).
13. Maltseva O. (2013), Fashion of the Postmodern Era: Everything for Laughter, Fun, and Entertainment, *The dynamics of modern science-2013: IX International Scientific Park. conf.*, Sofia, Vol. 5, pp. 54-56 (ukr).
14. Pelevin V. (2007), *Empire V*, Eksmo, Moscow, p. 416 (rus).
15. Pelevin V. (2013), Batman Apollo, *Ogonyok*, Vol. 10, pp. 46-47 (rus).
16. Baudrillard J. (1998), The Illusion of the End, *Elementy*, Vol. 9, pp. 34-42 (rus).

© Мальцева Ольга

Надійшла до редакції 26.04.2016