

УДК 316.34

***СТИЛЬ КАК УСЛОВИЕ ВОЗМОЖНОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ
СОЦИАЛЬНОЙ СВЯЗИ В СОЦИОЛОГИИ ГЕОРГА ЗИММЕЛЯ¹***

Неменко Е.П.

Кандидат философских наук, доцент

Уральский федеральный университет им. первого Президента РФ Б.Н.

Ельцина,

Екатеринбург, Россия

Аннотация. В статье рассматривается проблема стиля как эпистемологическое и онтологическое основание существования социальных форм и социальных связей в формальной социологии Г. Зиммеля. Показывается, каким образом проблема стиля как формальная категория выступает ключевой для традиционной социологической темы возникновения сообществ и социальных связей. Доказано, что понятие стиля выступает посредником между субъектом и объектом и является условием формирования социальной связи. Парадигматической моделью социальной связи в формальной социологии Зиммеля является любовь и ее модификации. Поскольку социальные связи устроены посредством стиля, это размещает их на пересечении области познания и социальной стратификации, делает их формой социального капитала и частью "экономики знания". Появление стилей говорит о появлении оптики для распознавания стилей.

Ключевые слова: стиль, любовь, социальная форма, Георг Зиммель, близкие социальные связи, социальная стратификация.

***STYLE AS A CONDITION FOR THE POSSIBILITY OF FORMING
SOCIAL CONNECTION IN THE SOCIOLOGY OF GEORG ZIMMEL***

¹ Статья подготовлена к публикации при поддержке гранта Президента Российской Федерации МК-2985.2019.6 Дневник науки | www.dnevniknauki.ru | СМИ Эл № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

Nemenko E.P.

Candidate of Philosophy, Associate Professor

Ural Federal University named after the first President of the Russian Federation B.N.

Yeltsin,

Yekaterinburg, Russia

Annotation. The article examines the problem of style as an epistemological and ontological basis for the existence of social forms and social ties in the formal sociology of G. Simmel. It shows how the problem of style as a formal category is key to the traditional sociological theme of the emergence of communities and social ties. It is proved that the concept of style acts as a mediator between subject and object and is a condition for the formation of social connection. The paradigmatic model of social connection in Simmel's formal sociology is love and its modifications. Since social connections are arranged through style, this places them at the intersection of the field of knowledge and social stratification, makes them a form of social capital and part of the "knowledge economy". The appearance of styles speaks of the appearance of optics for style recognition.

Key words: style, love, social form, Georg Simmel, close social ties, social stratification.

Понятие стиля является фоновым для всех рассуждений Зиммеля о чистых социальных формах. Зиммель говорит о стиле применительно к трем типам форм: форме материальных объектов, форме социального взаимодействия и форме индивидуальной жизни. Не смотря на непроблематичное использование (у Зиммеля есть только одно небольшое эссе, посвящённое проблеме стиля), концептуальный статус этого понятия в формальной социологии Зиммеля не очевиден. Логика нашего исследования предполагает различение двух контекстов использования Зиммелем понятия стиль. С одной стороны, понятие

стиля вводится им, чтобы объяснить, как возможно познание социальных форм. С другой стороны, указание на множественность стилей позволяет разместить социальные формы внутри иерархически устроенного социального пространства. Стиль как понятие оказывается точкой пересечения субъективного знания о социальном мире и конструирования объективных социальных отношений. Однако Зиммель не рассматривает это как проблему. В нашем исследовании мы рассмотрим каждый из этих контекстов употребления понятия стиль. Но наша работа будет сосредоточена на постановке и решении проблемы совмещения этих двух аспектов и разработке новой оптики понимания процессов социальной стратификации. Будет предложена попытка концептуализации понятия стиля в рамках теории внутренней ориентации.

За основу нашего рассуждения мы возьмем первый контекст употребления понятия стиля, который Зиммель формулирует в «Философии денег». Под стилизацией он понимает некоторое обобщение, схематизацию индивидуального содержания, которая делает возможным его восприятие другими. Зиммель развивает кантовский тезис об опосредованности нашего познания категориями. Мы никогда не имеем прямого доступа к внутреннему миру другого человека, но только к нашей собственной интерпретации его внешних проявлений. В эссе «Как возможно общество» Зиммель говорит о неизбежной недостаточности наших знаний о другом. «Но какова бы ни была причина недостатка знания, следствием его является обобщение образа Другого в душе, расплывчатость очертаний, присовокупляющая к уникальности этого образа отношение к другим. Мы представляем себе каждого человека (а это имеет особые последствия для нашего практического, соотнесенного с ним поведения) как тип, к которому он принадлежит в силу своей индивидуальности, мы мысленно подводим его [под этот тип]» [1 с. 513]. Другими словами, любой акт познания имеет креативную природу, в нем задействовано воображение, которое достраивает образ другого, исходя из наших ожиданий и воспоминаний

[2, p.23].

Однако в той мере, в какой наше познание стилизовано, оно является избирательным. В этом заключается субъективность восприятия: мы дополняем образ теми элементами из нашего воображения, которые нам больше нравятся или кажутся более подходящими и правдоподобными. Именно на эти избирательные элементы стилизующего познания способен повлиять стиль. Так, например, каждое искусство взаимодействует с нами посредством определенного стиля, который устанавливает дистанцию между им и нами. Оно изменяет поле видения, в котором мы изначально и естественно располагаем себя по отношению к реальности. С другой стороны, искусство делает нас ближе к реальности, открывает нам духовное измерение существования. Но при этом дистанцирует нас от непосредственности вещей. Оно позволяет стимулам отступить и создать вуаль между нами и ими, «как голубую дымку, окутывающую далекие горы» [5, p. 476].

Стиль как манифестация наших внутренних чувств сигнализирует о том, что эти чувства больше не проявляются непосредственно, но надевают маску в момент своего проявления. Стиль как общая форма частного является вуалью, которая устанавливает барьер и дистанцию по отношению к тому, кому адресованы выражение этих чувств. Эта трансформация, которую переживает реальность на пути к нашему сознанию, является барьером между нами и ее непосредственным существованием, но в то же время она же и условие нашего восприятия и репрезентации реальности.

Итак, мы видим, что стиль делает возможным познание иначе недоступного нам внутреннего содержания через его упрощение и дистанцирование. Но познание социальных форм, в которых стилизация играет ключевую роль, в то же время коррелирует с формами обобществления, то есть такими процессами взаимодействия, которые означают для индивида факт обобщественности. Именно в этом контексте возникает проблема

множественности стилей, их сопричастия и вариативности внутри иерархически устроенного социального пространства. В зависимости от чего варьируются стили? В эссе “Мода” Зиммель говорит о связи стиля с социальной принадлежностью. Отношение к моде, или стиль, располагается на оси «подражание - различение», между стремлением к самоотдаче всеобщему и противоположным ему стремлением к индивидуализации, «между растворением в своей социальной группе и выходом из нее» («... мы так же ищем спокойной самоотдачи людям и вещам, как энергичного самоутверждения по отношению к тем и другим»). В этой плоскости, между двумя этими крайними силами располагаются различные способы отношения к моде. Так же как и в «Философии денег» Зиммель, описывая чистую социальную форму, рассматривает вариативность отношений к ней, которые и называет стилями. Зиммель рассматривает моду как «схему, которая позволяет ему [человеку] недвусмысленно обосновывать свою связь со всеобщим, свое следование нормам, которые даны его временем, сословием, его узким кругом, и это позволяет ему все больше концентрировать свободу, которую вообще предоставляет жизнь, в глубине своей сущности». Таким образом, будучи пространством возможностей, мода предоставляет субъекту свободу действия и взаимодействия с устанавливаемыми ею правилами.

Рассмотрим, как Зиммель характеризует связь между конкретными способами отношения к моде и социальной принадлежностью. Собственная характеристика моды, которая делает ее чистой формой – это постоянное обновление и дистанция от содержательных значений вещей. Это свойство моды доступно высшим слоям, которые стремятся с его помощью дистанцироваться от низших слоев. В этом, по Зиммелю, и заключается классовый характер моды. Однако далее мы видим, что расположение моды между стремлением к подражанию и различению открывает пространство возможностей для различных способов улучшить свое социальное положение.

Первая стратегия связана со способностью моды удовлетворить стремлению некоторых индивидов выделяться из толпы, не имея на то внутренних оснований: «Мода является подлинной ареной для таких индивидов, которые внутренне несамостоятельны, нуждаются в опоре, но которые вместе с тем ощущают потребность в отличии, внимании, в особом положении» [1, с. 277]. Это стратегия щеголя, который достигает с помощью моды некоторой индивидуальности, исключительно за счет количественного усиления модных элементов.

Второй способ отношения к моде обусловлен тем, что мода создает комбинацию разнонаправленных тенденций – господства и подчинения. Это свойство моды дает «для чувствительных, нелегко мирящихся с грубой действительностью натур» возможность некоторого возвышения над окружающими за счет добровольного подчинения модным правилам. Аналогичная стратегия со знаком «минус» означает полный отказ от моды, также с целью подчеркнутой дистанции к окружающей действительности. Другими словами, мы имеем дело с инверсией социального подражания, которая содержательно не отличается от стратегии щеголя.

Сходное пространство для компенсации своего невыгодного социального положения в моде находят женщины: «Мода восполняет незначительность личности, ее неспособность своими силами индивидуализировать собственное существование» [1, с. 281].

Парии и маргиналы с готовностью подхватывают самые новые тенденции в моде, поскольку в них вызывает протест подчинение любой норме. Жадность и бесцеремонность в поглощении нового является эстетической формой саморазрушения, так как следование за модой у париев держится не на созидательной интенции, а на желании подорвать укоренившиеся ценности и устоявшийся порядок.

Еще одна стратегия позволяет использовать моду для уклонения от

внешних норм. Поскольку мода со своей изменчивостью находится как бы на периферии личности, это ее свойство создает возможность использовать слепое подчинение внешним нормам как своего рода маску для внутреннего мира. Поэтому некоторые чувствительные люди прибегают к нивелирующей маскировке, которую предоставляет мода, из опасения выдать особенностью внешнего вида необычные проявления своего внутреннего мира. Таким образом внешний вид в соответствии с правилами моды дает защиту и покров внутренней жизни. «Сколь ни экстравагантными являются поведение или высказывание, они защищены, если они являются модными, от тех мучительных переживаний, которые индивид обычно испытывает, становясь предметом внимания других» [1, с. 283]. Жертвуя внешней стороной и подчиняясь рабству общего, такие люди стремятся обрести внутреннюю свободу.

Мы видим, что стили в моде располагаются в поле напряжения, которое возникает между крайними полюсами различия и подражания. мода дает возможность подчиняться или не подчиняться всеобщим нормам, но также играть с этими нормами, маскируясь, подчеркивая или обманывая их. Однако «играя» с модой, индивиды стремятся к выравниванию своих социальных позиций или даже к продвижению в социальной иерархии. Другими словами, стиль не является отражением социального статуса или классовой принадлежности, но сам участвует в формировании иерархии, поскольку «жизнь общества являет собой арену борьбы [между тенденцией к социальному выравниванию и тенденцией к дифференциации], где спор идет за каждую пядь» [1, с. 268].

Каким образом вопрос стиля, то есть характерного для субъекта или объекта способа размещаться на оси «различение - подражание», связан у Зиммеля с темой социальной иерархии? В эссе «Философия денег» Зиммель проводит аналогию между стилем и деньгами: их принципиальная сущность состоит в установлении дистанции между субъектом и объектом. Символом

дистанции между субъектом и объектом является ценность. Только с появлением дистанции между субъектом и объектом возникает ценность объекта, но возникает и сам субъект как центр притяжения вещей, людей, событий. До тех пор, пока объекты присваиваются немедленно с целью удовлетворить влечения и желания субъекта, самого субъекта, центра его личности не существует. Он появляется только тогда, когда вещи удаляются от нас и на дистанции мы способны оценить их собственную объективную значимость (процесс объективации). Только в таком случае влечение больше не поглощает субъекта целиком, центр личности наполняется объективным содержанием, а не остается полностью субъективным, т.е. тождественным самому себе. Только теперь можно говорить о появлении стиля жизни как особой манеры распределения дистанции и наделяния ценностью окружающих объектов (то есть когда сила влечения преодолевается некоторым объединяющим принципом, который побуждает отдавать предпочтение тем или иным объектам).

Стиль возникает только тогда, когда вещь отдалается на достаточную дистанцию от субъекта и только с этой дистанции становится возможным восприятие ее как автономной вещи. По сути Зиммель говорит о структуре нашего познавательного опыта. До тех пор, пока объект не отдалился от нас на достаточное расстояние, невозможно его познание как отдельного объекта. Когда же объект отдалился, он приобретает весомость и ценность в наших глазах и его стиль становится распознаваем. Это два встречных движения. Только в таком случае возможно (частичное) познание (и оценивание) объекта. Появление стилей говорит о появлении оптики для распознавания стилей. Стиль возникает только когда субъект или объект обретает центр тяжести в себе самом, становится способен вызывать притяжение в свою сторону и быть притянутыми. Стилизация говорит о появлении сравнительно автономных форм жизни, основанных на двунаправленных практиках представления себя (presentation) и признания/оценивания (recognition).

Уже сейчас нам понятно, что поскольку характер стилей варьируется в зависимости от степени автономии субъекта или объекта, можно говорить о некоторой социальной иерархии стилей. Максимальной силой в поле напряжения между различием и подражанием обладает субъект или объект, существующий наиболее автономно, противопоставляющий свое бытие всему окружающему. Можно представить иерархию объектов, обладающих разной степенью автономии и притягательности. Наиболее дистанцированным и автономным существованием обладает произведение искусства. Для наслаждения искусством требуется максимальное уважение к произведению (что подчеркивается заключением его в раму) и незаинтересованное любование им. Менее удаленные от центра нашей личности объекты любви или флирта вызывают более заинтересованное отношение к ним, но тем не менее остаются на некоторой дистанции. Так, например, структурная характеристика флирта заключается в удерживании состояния одновременного обладания и необладания объектом желания. Флирт представляет собой такую форму отношений с объектом, при которой мы стремимся к обладанию объектом лишь с целью отпустить его, то есть мы сознательно отказываемся от полного обладания объектом. Наименьшей силой сопротивления и притяжения имеют объекты повседневного быта и прикладного дизайна. Объекты дизайна отличаются от произведений искусства тем, что они намеренно стилизованы. Их сущность заключается в том, чтобы включиться в нашу повседневность, а потому продуманный дизайн позволяет максимально вписать их функциональность в контекст. Между предметами мебели и миром нет четкой границы, они созданы, чтобы мы ими пользовались. Зиммель замечает, что тот факт, что стиль отсылает к более общим, наиндивидуальным законам, имеет умиротворяющий эффект, поэтому в уютных стилизованных интерьерах мы чувствуем себя менее одиноко и более безопасно. В то время как уникальное художественное произведение не предназначено к повседневному

использованию и четко отделено от окружающей среды, на что указывает рама картины или пьедестал скульптуры, предметы интерьера как правило стилизованы и тем самым освобождены от груза автономии и индивидуальности: «It is as if the ego could really no longer carry itself, or at least no longer wished to show itself and thus put on a more general, a more typical, in short, a stylized costume» [6, p.215].

Однако оптика зиммелевского анализа не позволяет концептуализировать двойственный характер стиля как условия знания социального мира и одновременно множественных форм социализации. На наш взгляд теория внутренней ориентации, разрабатываемая немецким социологом Герхардом Шульце [4], может подойти для нашей задачи. Шульце аргументирует, что упрощение и схематизация стилей в обществах позднего модерна отражает процесс нарастающей фрагментации и усложнения социального мира [3]. Схематизация и стилизация служат для ориентации в незнакомой социальной ситуации, которую с трудом можно оформить в связную картину. Стихийно возникающая иерархия стилей сигнализирует о том, что процесс распознавания социальной реальности и наделения ее некоторой значимостью, притяжение или отталкивание, происходят синхронно. Это не значит, что мы не видим объекты вокруг себя без стиля. Однако распознавание стиля означает распознавать объекты, обладающие важностью для нас.

Библиографический список:

1. Зиммель Г. Избранное, Том 2, «Созерцание жизни». - М.: Изд-во «Юрист», 1996.
2. Crowther, Paul, Imagination and the conditions of knowledge. In: The Kantian Aesthetic: From Knowledge to the Avant-Garde (Oxford University Press, 2010).
3. Gronow, Jukka, The sociology of taste: Routledge, 1997.
4. Schulze, Gerhard, The experience society, SAGE publications, 2008.

5. Simmel On Culture: Selected Writings Theory, Culture & Society. Sage Publications, 1997.
6. Simmel, G. The philosophy of money. London and New York, 2004.

Оригинальность 91%