

## Литература

- 1 Анфимов, Н. В. История Адыгеи (с древнейших времен до конца XIX века) / Н. В. Анфимов, Б. М. Джимов, Р. Х. Емтыль. – Майкоп : Адыг. кн. изд-во, 1993. – 216 с.
- 2 Яновский, К. П. Статистико-географическое описание Майкопского отдела Кубанской области / К. П. Яновский / Сборник материалов для описания местностей и племён Кавказа. – Тифлис : Изд. Управ. Кавказского учеб. округа. – 1889. – Вып. 41. – 510 с. – Режим доступа : <http://apsnyteka.org/382-smompk.html>. – Дата доступа : 28.10.2019.
- 3 Кузнецов, В. А. Нижний Архыз в X–XII веках: К истории средневековых городов Северного Кавказа / В. А. Кузнецов. – Ставрополь : «Кавказская библиотека», 1993. – 464 с.

УДК 141.201:316.728:929\*Л. Свендсен

М. А. Кишко

### ФИЛОСОФИЯ И МОДА

*Большинство людей осознает, что мода стала одной из самых важных частей нашей жизни и влияет на многие сферы нашей деятельности. Но далеко не все знают, каким образом мода оказывает воздействие на нас, и что на самом деле есть мода. Как раз такая «глубокая» наука, как философия, и раскрывает данные аспекты. Поэтому в своей статье я хочу рассмотреть понятие «мода» с философской точки зрения.*

Мода – очень широкое понятие, которое охватывает не только одежду, но также искусство, политику и даже науку. Она проявляется в еде, выборе профессии, дизайне интерьера, музыке, архитектуре, в литературе, манере поведения и в избрании собственных ценностей. Поэтому мы можем назвать её одним из основных феноменов современного мира. Мнение о том, что мода является исключительно женским понятием, оставлено далеко в прошлом. Сейчас же модой интересуются почти все люди вне зависимости от пола и возраста.

Говоря о формулировке термина, «мода» (лат. *modus* – *эталон, норма, стандарт, манера, форма действия, качество, вид*), нужно различать две категории: первая рассматривается только в отношении одежды, а вторая является механизмом или идеологией в различных сферах, где сама мода существует. И, насколько мне известно, многие философы больше придерживаются второй категории. Так, Адам Смит заявил: «Мода проявляет себя во всех сферах, где чувство вкуса является основным» [3, с. 195]. Смело можно сказать, что мода – это социальный механизм, поскольку без влияния моды не происходит никаких изменений ни в одном социальном феномене.

Тема моды не особо популярна в философии, так как многие считают её слишком поверхностной. Но первые философы, которые начали рассуждать по поводу данной темы, придают одежде важное значение для построения человеческого «я». Они полагают, что внешнее должно отражать внутреннее, тем самым указывая на связь индивидуальности и моды [1, с. 23]. Мы показываем свою сущность через одежду, которую носим, демонстрируя наше «я». Но если же человек не самостоятельно подбирает себе одежду, надевает не то, что нравится, его индивидуальность и уникальность не раскрывается. Он всего лишь ложный образ, мы не видим его настоящего. Так можно сказать и о людях, которые ввиду каких-то обстоятельств не могут носить ту или иную одежду, которая будет отражать их внутреннее «я». Из этого можно сделать вывод, что не вся одежда «говорит» о нашей индивидуальности и самобытности, а только та, которую мы выбираем самостоятельно.

Для формирования индивидуальности также важное место занимают символы, которые имеют определённые значения [1, с. 93]. Все привыкли к тому, что розовый – цвет, характерный для женщин. Если мы увидим мужчину, идущего в розовом, худи и узких штанах, мы сразу же причисляем его к гомосексуалисту. Никто не подумает о том, что ему просто нравится розовый. В настоящее время в мире моды нету причин, почему представители мужского пола не должны носить розовую одежду, а женщины – штаны. Тем не менее теперь никто не возмущается, почему *она* носит штаны, но если *он* наденет розовое худи, возникнет масса вопросов.

Форма тела играет очень важную роль в философии моды. Внутренне «я» в большинстве своём демонстрируется через состояние тела. Для поддержания духовного состояния придумывали различные диеты, но, когда заметили изменения не только в состоянии души, но и в форме тела, диеты утратили своё первоначальное значение и «вошли» в моду как средство для получения красивого тела [1, с. 111]. Безусловно, одежда и тело влияют друг на друга. Мы подбираем одежду в зависимости от формы нашего тела, чтобы подчеркнуть достоинства и скрыть недостатки. Но если же нам не нравится одежда, которая походит нашему телу, мы изменяем его. Здесь наблюдается не только зависимость одежды от тела, но и тела от одежды. По такому случаю известный модельер Э. Скиапарелли говорила: «Одежда не всегда должна приспосабливаться к человеческому телу, скорее тело должно приспосабливаться к одежде» [1, с. 113]. Можно отметить, что именно мода является толчком для изменения нашего внешнего вида в соответствии со сложившимся идеалом.

Основным принципом моды является принцип новизны [1, с. 30]. Мода основывается на том, чтобы быстрее сделать предмет немодным, увеличивая скорость создания чего-то нового. Мода становится всё новее и новее не из-за «улучшения» для большей функциональности, а просто из-за изменений ради изменений. В работе Л. Свендсена «Философия моды» приведён очень хороший пример. Он говорит, что юбки становятся короче, потому что они были длиннее. А удлиняют их, потому что до этого укоротили [1, с. 38]. Это никак не зависит от общества (становится ли оно «распущенным» или консервативным), но этого требуют изменения. Однако темпы создания новых идей со временем всё ускоряются, и в конечном итоге эти новые идеи заканчиваются. Поэтому на смену принципу новизны приходит принцип замещения, а затем принцип дополнения [1, с. 44]. Новые коллекции создаются по средствам обновления или дополнения старых. Так уже в наше время мы можем заметить обновление моды 60-х – 70-х годов XX века.

По словам Зиммеля, мода носит в себе смерть [4, с. 274]. Данное утверждение подтверждается целью моды: быть идеалом для всех индивидов. И как только эта цель достигается, мода гибнет, поскольку человек перестаёт быть индивидуальным. Первый пример, который сразу же вспоминается, – это мода среди подросткового поколения на так называемые «подкатанные» штаны в 2014–15 году. Объяснить данное явление можно через «перетекание» такой моды от верхних к более низким социальным слоям общества. Когда дизайнерские дома создали новый вид носки штанов, он сразу же распространился на более низкий слой населения. И после того, как достиг своего пика, постепенно начал уходить.

Всем известно, что мы живём в «обществе потребления». И оно напрямую связано с модой. Изначально потребление существовало для удовлетворения необходимых жизненных потребностей, но затем добавились другие значения – получение удовольствия и достижение желаний. По мнению многих философов, мы покупаем не для того, чтобы соответствовать, а для того, чтобы сформировать индивидуальность. Однако здесь существует забавный парадокс: мода позволяет индивиду быть самим собой, но в то же время причисляет его к определенной группе. То есть человек одновременно стремится и к индивидуальности, и к соответствию [1, с. 182].

Характерной чертой общества потребления является наличие известных марок и создание их копий [1, с. 185]. Многие люди знают о существовании дорогих брендов, товары которых не могут себе позволить. И также все знают о создании дешёвых копий этих брендов, товары которых активно покупаются. Но ведь чем отличаются эти товары? Только тем, что модный дом не получает проценты от купленных товаров и ценовой разницей. По сути, мы переплачиваем за марку, не видя этикетки которой, мы бы не отличили от «фальшивки». Мы стремимся к так называемому символическому потреблению, потому что хотим сформировать свою идентичность [1, с. 191]. Но, следуя логике моды, эти символы производятся с каждым разом всё быстрее, формируя у нас зависимость от них. В наши дни потребление характеризуется осуществлением актуальных потребностей, существующих в данный момент. Почти никто задумывается о далёком будущем и живёт этим днём.

Существуют «естественные» и «искусственные» потребности [1, с. 203]. Ещё до середины XX века первое понятие было важнее. Но в настоящее время для многих людей наиболее важным является второе. Разница между ними заключается в том, что естественная нужда в одежде – спасение от холода, а искусственная – получение удовлетворения от красивой одежды.

Оскар Уайльд называет две страшнейшие трагедии: первая – не иметь того, чего хочешь, вторая – получить это, и вторая намного страшнее [2, с. 417]. Получив эту вещь, постепенно смысл её теряется, нету больше того восхищения, и мы начинаем хотеть чего-то нового. Так образуется «замкнутый круг», и мы становимся «рабами» своих желаний.

В заключении я хотела бы сказать, что мода – это не поверхностное понятие. Она определенно влияет на многие сферы нашей жизни и имеет огромное значение в формировании нашей индивидуальности, манере поведения и проявлении нашего «я». мода – это не только способ выразить себя и показать свою самобытность, но также способ «спрятаться» от жизненных проблем. Не бывает идеальной моды, она у каждого своя. Нельзя быть более или менее модным, можно быть модным настолько, насколько ты себя таким ощущаешь. Ведь самое главное в моде: *оставаться тем, кто ты есть.*

### Литература

- 1 Свендсен, Л. Философия моды / Л. Свендсен. – Москва : Прогресс-Традиция, 2007. – 256 с.
- 2 Wilde, O. Complete Works of Oscar Wilde / O. Wilde. – London: HarperCollins Publishers, 2003. – 1270 с.
- 3 Смит, А. Теория нравственных чувств / А. Смит. – Москва : Республика, 1997. – 351 с.
- 4 Зиммель, Г. Избранное: в 2-х тт. / Г. Зиммель. – Москва : Издательство «Юристъ», 1996. – Т. 2. – 596 с.

УДК 94:355.35:329.17(=161.1)(450.36)«1944-1945»

*Д. А. Ковальчук*

### ОРГАНИЗАЦИЯ И ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАЗАЧЬЕГО СТАНА В ИТАЛИИ В 1944–1945 ГОДАХ

*Данная статья посвящена деятельности Казачьего стана на территории Италии в 1944–1945 гг. В статье рассматриваются такие аспекты, как организация казачьей жизни в Италии, структура военных формирований Казачьего стана, взаимоотношения казаков с местным населением, участие казачьих формирований*