

Історик у „світі речей” (До ювілею професора Кишиштофа-Мацея Ковальського)

Історик-методолог

Сучасний стан польської гуманістики багато в чому збігається з нинішньою ситуацією в українській історичній науці. В Польщі, як, до речі, і в Україні, у професійному середовищі істориків існує поділ на теоретиків і практиків. Про характер їх взаємин писав Томаш Вісліч: „з одного боку, історики залишили міркування теоретичні методологам історії: або безуспішно очікуючи від них вказівок, або з погордою ставлячись до їх спеціалізації як до вигаданої і непридатної”, з іншого – „методологи подбали про те, аби їх рефлексія була позбавлена будь-якого практичного значення і аби ізольовані у власному середовищі вони могли переповнюватися пихою від того, як сильно їх думка є ‘понад і поза’ проблемами істориків”. Отже за невеликим винятком, констатує дослідник, „польська методологія останніх двох десятиліть ігнорує те, що становить підстави активності історика, себто працю з джерелами”.

В українській традиції, на наш погляд, дихотомія історик/методолог характеризується природним потягом українського історика до архівно-евристично-джерельних практик, з одного боку, та зведенням методологічних процедур до обговорення проблем термінології й періодизації. Українським історикам бракує саме процедур проблематизації, теоретизації, концептуалізації у фактографічних практиках, а також історіографічної та світоглядної рефлексій.

Надію відносно спроб теоретизування польських істориків над власним дослідницьким досвідом Т. Вісліч покладає на історію історіографії, „котра в останні роки відходить від хронікарської реєстрації пам’яті середовища на користь аналізу історіографії в контексті сучасної їй культури у тому числі наукової”¹. В Україні, як на мене, історіографія (історія історіографії) нині змінює свій когнітивний статус взагалі: із спеціальної історичної дисципліни вона перетворюється на історію та теорію історичної науки².

Прикметне, що сучасна польська історіографія в особі професора Гданського університету К.-М. Ковальського долає опозицію історик/методолог й репрезентує доволі рідкісний тип історика-методолога. К.-М. Ковальський по праву вважається засновником напряму в історії матеріальної культури – артефактології. Чимало ним зроблено для використання польською історичною наукою самого концепту „артефакт”, опрацювання теорії артефактів. К.-М. Ковальський вважає артефакти універсальною категорією історичного пізнання, визначає місце артефакту в системі історичної науки й подає класифікації різних груп артефактів. „Артефакт” відрізняється і від „джерела”, і від „екофакту”, артефакти – це матеріальні свідчення свідомої та підсвідомої людської

¹ Вісліч Томаш. Польська історіографія 1989-2009 рр.: дуже суб’єктивні підсумки. Історіографічні дослідження в Україні: Збірник наукових праць. Вип. 23. К., 2013. С. 43.

² Колесник Ірина. Українська історіографія: концептуальна історія. К., 2013.

діяльності. За одним класифікаційним принципом артефакти поділяються на дві групи: комунікаційні, які мають чи не мають адресатів; нон-комунікаційні артефакти виключно утилітарного характеру. За іншим критерієм (від ступеня цілісності) артефакти поділяють на неушкоджені/незіпсовані та артефакти із деформованою структурою. Артефакти класифікуються також і за їх функціями. За функціональним принципом вони розділяються на три великі групи: 1. імобільні артефакти, які мігрують разом з культурними декораціями (артефакти пов'язані з історією поселень, перевезенням, архітектурні артефакти); 2. мобільні артефакти залишаються у первісному контексті (сакральні та світські/мирські об'єкти); 3. більш мобільні артефакти, що функціонують у вторинних контекстах³. Цілком очевидно, що з історією артефактів пов'язана „матеріальна” тенденція в сучасній гуманітаристиці.

Цікаві власні рефлексії Професора щодо взаємодії науки історії та методології, емпіричного й теоретичного у практиках історика. Сформульований ним на матеріалах середньовічної епіграфіки ідеал науковості, містить тріаду взаємопов'язаних елементів: теорія і методологія досліджень; історична ерудиція; плюс технічна майстерність. Однак, занедбання однієї з цих площин має наслідком те, що дослідження (підручник) буде або „надміру теоретизуючим, або надміру ерудиційним, зрештою надміру методичним”⁴. Втіленням тріади – методологія, ерудиція, технічні дії – є утворення автором „нових малих допоміжних наук дисципліни історії матеріальної культури” як, наприклад: аналогія – наука про кільця-обручки, акіарологія – наука про голки, шпильки, балансологія – наука про ваги, цінгулогія – наука про реміні-паси, дігіталогія – наука про наперстки, фібулологія – наука про пряжки, юнгерологія – наука про застібки-брошки, калцеарологія – наука про взуття, катенологія – наука про ланцюги, кохлеарологія – наука про ложки, лагенологія – наука про пляшки, орбікулогія – наука про гудзики, пектенологія – наука про гребінці, сінуарологія – наука про книжкові закладки та інше (усього 42 назви малих дисциплін)⁵.

Важливим фактом інтелектуальної біографії професора К.-М. Ковальського є його приналежність до кола відомого польського методолога Єжі Топольського. Професор Є. Топольський, за висловом Ковальського, „здійснив, поза сумнівом, величезний вплив” на формування його інтелектуальних обріїв „ще раніше як промотор захищеної 25 роками раніше докторської роботи під назвою ‘Польські іконографічні джерела XVII ст. Методологічний аналіз’, що опублікувалася в серії ‘Методологія наук’ в 1988 р.”⁶. У колі докторантського семінару проф. Є. Топольського постала книжка Ковальського „Артефакти як джерела пізнання. Студії з історії історичної науки (Гданськ, 1993, 2-е вид., Гданськ, 1996. Пер. англ. Paweł Stachura. Artefacts as Sources of Knowledge. Gdansk, 2013), що стала підставою для отримання ступеня доктора габілітованого у гуманітарних науках за спеціальністю „історія матеріальної культури”. Невипадково саме в оточенні Е.Топольського почав кристалізуватися й особливий інтерес до світу речей,

³ Kowalski Krzysztof Maciej. Artefakty jako źródła poznania. Gdansk. Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, 1996.

⁴ Ковальський Кшиштоф-Мацей. Артефакти як джерела історичного пізнання. Ейдос. Альманах теорії та історії історичної науки. Вип. 6. К., 2011/2012. С. 122.

⁵ Там само. С.117.

⁶ Ковальський Кшиштоф-Мацей. Артефакти як джерела історичного пізнання. С.114.

теорії та методології артефактів, що згодом знайшло відображення у „соціології речей” або „новому матеріалізмі”.

З кінця 1990-х формуються нові напрями в історії та соціології: у США New Cultural History, Нова матеріальна історія або нові матеріальні студії, студії з історії речей (Things Studies). Набирає обертів STS-напрямок – Науково-технічні студії або дослідження „Науки, техніки, суспільства, „дослідження науки і техніки” (STS), (Science. Technology. Society). Саме цей напрямок стимулював дискусії про роль матеріальних об’єктів у конструюванні соціальної реальності. Існують прибічники і противники STS-проекту, проте значення епохи STS полягає в тому, що „великий поділ” (Great Divide) на природничі і гуманітарні науки, як вважає Б. Латур, застарів⁷. Отже, можна констатувати, що нині „поворот до матеріального” у сфері соціогуманітарних наук досягнув стадії рефлексії.

„Поворот до матеріального”

Метафоричний сенс повороту, за вдалим висловом Б. Латура, означав поворот „від вивчення душі суспільства до вивчення його тіла”. Отже, новий напрямок в науці встановлює рівновагу матеріального і соціального, human/unhuman елементів, гармонію „душі” і „тіла” суспільства. На наших очах відбувається легітимація цілого напрямку в історії та соціології, котрий ще не має усталеної назви. Найчастіше в західній літературі вживається „Science and Technologies Studies / науково-технічні студії” або STS, як варіанти у середовищі соціологів функціонують назви: „онтологічний поворот” (О. Столярова), „поворот до онтології”, „поворот до матеріального”, „соціологія речей” (В. Вахштайн), „матеріальний поворот” (О. Лічковська)⁸.

Сутність повороту сприймається як „звернення ‘до речей’, матерії, тілесності” або „як спроба переписати природу соціального”, з огляду на те, „яке місце матеріальне посідає у соціальному, як матеріальні об’єкти конструюють суспільство”. Значення „повороту до матеріального” полягає у нових формах концептуалізації речей. Це означає, що зникає межа між духовним і матеріальним, предметом та людиною, усі разом стають елементами єдиної мережі у сучасному суспільстві. Ядро „повороту” становить акторно-мережева теорія (Actor Network Theory) Б. Латура. ANT-аналіз означає, по-перше, що суспільство – це гетерогенна мережа матеріальних і нематеріальних елементів, присутніх у соціальному житті. По-друге, Б. Латур концептуалізує річ / предмет / об’єкт як актора у мережі соціальної взаємодії. По-третє, матеріальні об’єкти є не просто екранами нашої соціальної діяльності, але самі виконують певну роботу⁹. За Латуром, саме мережа –

⁷ Latour B. When Things strike back: a possible contribution of ‘science studies’ to the social sciences. British Journal of Sociology 2000. Vol. 51.№1 / Латур Брюно. Когда вещи дают отпор: возможный вклад «исследований науки» в общественные науки // Социология вещей. Сб. ст. / Под ред. В.Вахштайна. Москва, 2006. С. 350, 342-343, 351.

⁸ Столярова О. Социальный конструктивизм: онтологический поворот // Вестник МГУ.Сер. «Философия». 2003. №3; Вахштайн В. Социология вещей и «поворот к материальному» в социальной теории // Социология вещей. Сб.ст. / Под ред. В.Вахштайна. М., 2006; Личковская О.Р. Вещи как объекты, акторы и медиумы в социологическом теоретизировании и социальных практиках // Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. 2010. № 889.

⁹ Латур Брюно. Об интеробъективности // Социология вещей. С.187. Latour Bruno. Science in Action: How to Follow Scientists and Engineers Through Society. Milton Keynes: Open University Press, 1987; Latour Bruno. Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network-Theory. Oxford: Oxford University Press, 2005; John Law and John Hassard (eds) Actor Network Theory and After.Oxford and Keele: Blackwell and the Sociological Review, 1999.

константна характеристика соціальної взаємодії. Перебуваючи у взаємодії, матеріальні об'єкти, тіла-елементи утворюють простір. Простір не передує тілам, а виступає як порядок їх співіснування, вважають ANT-теоретики.

В. Вахштайн називає дві причини „повороту”. Перша: внаслідок науково-технічного прогресу з'явилося чимало об'єктів, які потрібно вивчати. Друга: соціологія речей виникає у добу переходу від індустріального до постіндустріального суспільства, коли руйнується класичний постулат: „найцікавіше для людини – людина”. Комунікації стають об'єктоцентричними, цікаві речі привертають до себе більше уваги ніж нецікаві люди. Усе це означає, на думку В. Вахштайна, що „ми перебуваємо посеред нового повороту до онтології”¹⁰.

Сучасна людина неначе атакується речами, предметами, матеріальними об'єктами. Речі виступають як джерело власного „Я”. Існування сучасної людини не можна уявити без комп'ютера, комп'ютерних програм, соціальних мереж, різноманітних гаджетів. Пристрої та матеріальні об'єкти здійснюють прив'язку людини до матеріального світу, через те стають інструментом соціальної взаємодії. Адже „об'єкт-центрична соціальність” є продуктом суспільства знання та індивідуалізованого способу життя¹¹.

Зворотна сторона процесу – уречевлення людей: торгівля людьми, пересадка органів, сурогатне материнство. Інститут рабства ліквідує концептуальну відмінність між людьми та речами (дитяче, сексуальне рабство, експлуатація інвалідів, безхатченків, дітей). Проникність кордонів поміж світом речей і світом людей символізують людські атрибути (донорська кров, нирки, стовбурні клітини тощо) та обмін ними.

Складовою ідеології „матеріального повороту” виступає культурна біографія речей (the cultural biography of things). Речі, як і люди, мають свої життєві історії. Спалення картини Ренуара чи трагічний випадок зі спотворенням кислотою полотна Рембрандта „Даная” сприймається як аналог біографії людини, яку вбили. Насправді, у кожної людини чимало біографій: психологічна, професійна, сімейна, політична, економічна, у кожній з них враховуються одні аспекти життя, а інші відкидаються (І. Копитофф). Щоб знати про біографію речей, їм, як і людям, треба ставити питання: який статус речі, епоха, культура, до якої вона належить, звідки вона з'явилась, хто її виготовив, якою була її кар'єра, які періоди в „життя даної речі та як вони культурно марковані”, які ідентичності речі, що з нею відбувається, коли вона вичерпує свою корисність? Будь яка річ (предмет) має фізичну (матеріальний стан, звідки походить, із чого, ким, коли була зроблена) та культурну біографію, що містить інформацію про її власника, епоху й культуру, до якої вона належить, її статус, призначення, періоди існування, про те, як змінювалась її роль з плином часу. Наприклад, фізична біографія автомобіля передбачає вивчення матеріалів, деталей, технічного обладнання; культурна висвітлює економічну історію авто (ціна при купівлі, продажу, перепродажу, витрати на утримання), а соціальна – місце автівки в економіці родини, історію переходу її з рук у руки, роль у соціології родинних зв'язків). Словом, технічна, фізична, економічна соціальна біографії авто різняться поміж собою через те, що мають різну культурну інформативність (І. Копитофф).

¹⁰ Онтологический поворот в социологии. 16 октября 2007 // <http://www.hse.ru/org/hse/innovation/news/260511.html>

¹¹ Там само. С. 302.

Подібно до людей речі мають власні ідентичності, виконують безліч ролей протягом свого життя. Ідентичності речей визначаються соціальною ситуацією, так, звичайна, побутова річ через століття перетворюється на раритет, антикварний предмет, набуває естетичної та наукової цінності. Чим складніше суспільство, тим більше ідентичностей мають люди та речі. Наприклад, дзвін має декілька ідентичностей: аби побутовий металевий виріб, аби дзвіночок – квітка, спідниця, аби дзвін у християнстві – глас Божій („дзвінка ікона”, „молитва у бронзі”), дзвін як звук благовіст, передзвін. Ідентичності шампанського визначаються залежно від контексту: чи то ферментований виноградний сік, чи то разом з ікрою – символ розкоші, чи то розкручений бренд. Цілком очевидно, у світлі повороту до матеріального речі, предмети виступають як потенційно соціальні об’єкти.

На наш погляд, новий напрям досліджень матеріального світу можна ідентифікувати, принаймні в рамках історичної науки, як „соціальну історію речей” або „соціокультурну історію речей”. Ознаками легітимації нового напрямку – „соціокультурної історії речей” – слугують: 1. формування певного аналітичного інструментарію, 2. нових методик і технік вивчення соціальності речей, взаємодії соціальної і матеріальної сфер, 3. констатація основних ліній інтересу до проблеми (зокрема річ і суспільство; річ і часопростір; річ й індивідуум).

Мода на межі матеріального і соціального

З перспективи зв’язки річ/суспільство варто вивчати такі явища, як реклама, ринок, музей, мода й багато чого іншого. Мода – це та сфера, де матеріальне і соціальне виступають рівноцінними актантами, водночас суб’єктом і об’єктом дії. Мода визначає одяг, тіло, речі – сферу „легких” знаків, адже сферу „важких” знаків, за словами Ж. Бодріяра, становить політика, мораль, економіка, знання, культура, сексуальність. Мода існує лише у рамках сучасності, саме сучасність є джерелом та зразком нео і ретро, новацій і анахронізмів. „Сучасність – це код, і мода – це його емблема”. Саме мода стремить до соціальності, висока ж мода – це перехід в „ігрову соціальність”, – стверджував Ж. Бодріяр.

Мода являє собою цілісність матеріального і соціального. Матеріальність моди полягає у речах, виробництві, торгівлі, вона пов’язана з тілом та одягом. Соціальність моди означає по-перше, що вона стосується Жіночого, а не жінок, мода ж атакує суспільство, яке фемінізується внаслідок емансипації жінок. По-друге, мода імморальна, тобто нічого не знає про добро і зло, красиве й потворне, раціональне та ірраціональне, вона повз ними. Мода руйнує будь-який порядок, усталені звичаї, скасовує класову боротьбу, тому будь-яка влада її не сприймає. Мода чинить супротив будь-якому імперативу, будь-якій ідеології, проте без жодної мети (Ж. Бодріяр)¹². Прикладом такого протистояння влада/мода є феномен радянської моди.

Наприкінці XIX – початку XX ст. мода як соціальне явище переживає справжню революцію. Мода стає масовою, поширюється серед різних соціальних страт, особливо серед середнього класу, через селян, які працювали в місті, проникла у село. Мода є демократичною, предмети одягу перетворюються на товар, котрий виготовляється у

¹² Бодріяр Жан. Символічний обмін і смерть. / Пер. с фр. Леоніда Кононовича. Львів, 2004. С. 143, 145-146, 151-154, 156-157, 163-164.

майстернях, приватними кравцями, що робить його доступним широким верствам. Виникає розгалужена мережа магазинів модного одягу, у яких окремі товари „підганяються” під замовника. Популяризації моди сприяла індустрія модних журналів „Мода”, „Модний кур’єр”, „Вестник Моды”, додаток „Паризькі моди” до журналу „Нива”, дамські журнали друкували викройки модних моделей вбрання. Мода стає вкрай мінливою, реагуючи на соціальні зміни, політичні події, суспільні настрої та смаки. Ритм соціального життя неймовірно прискорюється, формується індустріальний спосіб життя, з узвичаєним розпорядком дня, нормативним чергуванням праці й годин відпочинку тощо. Новому статусу моди та модності у суспільстві сприяли промисловий переворот, розвиток масового промислового виробництва, нові технології, успіхи текстильної, швейної, хімічної промисловості, а також радикальні соціокультурні зміни – процеси урбанізації та фемінізації суспільства.

Соціальна емансипація жінки мала наслідком появу „нових жінок”, нового типу – „працюючої жінки”. Винахід швейної і друкарської машинок, якими в першу чергу скористалися жінки, можна прирівняти, як дотепно зауважив сучасник, до емансипації негрів або звільнення селян. Відтоді жінка починає конкурувати з чоловіками, що призвело до здешевлення праці¹³. У нових умовах мода була показником не лише статків і рангу чоловіка заміжньої жінки, але й маркером власного статусу жінки, характеру її діяльності та місця у суспільстві. Символом жіночої емансипації можна вважати відмову від корсетів, які не тільки були шкідливі для здоров’я, але стримували рухливість, м’язову і символічну свободу, проти корсетів виник навіть цілий рух в Англії та США у 1880-х рр.

Мода дедалі більш набуває наднаціональних ознак, стає універсальною, виступає складовою мистецтва і культурних відкриттів. Новий стиль модерн орієнтувався на культуру Криту й Японії, замість Геркуланума та Помпеїв джерелом дизайнерської думки стають Кнос і „Мадам Баттерфляй”.

В моді знаходять відображення політичні та естетичні тенденції свого часу. Якщо XIX ст. поєднувало два напрями: спорт та світські салони, тобто в ній співіснували функціональність і декорація, то у XX ст. залізниця, авто, велосипед, кіно, а також скульптори, архітектори, художники і журналісти мали вирішальний вплив на моду. В одязі знаходить символічне відображення ритмічний, обертовий рух. Форми одягу стають м’якими, пластичними, як і дверні ручки, перила, вуличні ліхтарі, фасади будівель. Промисловий шум, ритм працюючого станку відчутний і в „Болеро” М. Равеля. Прискорений ритм життя присутній в картинах Е. Дега, руських сезонах С. Дягілєва, графіці А. Тулуз-Лотрека, у танку А. Дункан, яка знявши корсет, танцювала у просторому зручному вбранні (пеплос).

Після потрясінь першої світової війни в моді настає рішучий перелом, радикально змінюється силует жіночого вбрання через скорочення довжини спідниць та зачіски. Жіночий одяг під впливами кубізму стає виразно геометричним, підкреслюється невизначеність статі, чи то напівхлопець, чи напівдівчина. Мода-гарсон, жінка-хлопчик, знаходить застосування у різних професіях, заняттях спортом і модними танцями, фокстрот, чарльстон, джаз. Ідеалом вважалась висока, струнка, з довгими ногами і руками жінка, яка курить сигарети через довгий мундштук.

¹³ Вільшанська О.Л. Мода у повсякденному житті міського населення України кінця XIX – початку XX ст. // Проблеми історії України XIX – початку XX ст. Вип. XIV. К., 2007. С. 309-313, 316.

Чоловіча мода не така мінлива, втім і зазнала нововведень. Зникає пальто-сюртук, з'являється новий одяг: чорний піджак, жилет та штани у смужку, який змінювався лише в незначних деталях і зберігся донині. Циліндр та котелок поступаються м'якому фетровому капелюху. Краватка, як єдиний яскравий елемент чоловічого вбрання, залишається дуже скромною. На зміну білій сорочці в гардеробі чоловіків приходять кольорові. Для урочистих випадків обов'язковим лишається фрак, проте дедалі популярним стає спортивний тип одягу, починає складатися і тип одягу людини праці¹⁴.

За радянських часів мода мала кілька сегментів. Перший – партійні функціонери, „радянські дами”, котрі жили більш ніж у достатку, одягались у відомого модельєра Н. Ламанової, протегували мистецтвам, сперечалися через автомобілі, заводили салони (В. Ходасевич). Другий сегмент становили, представники творчої еліти, актори, режисери, письменники, вчені, а також непмани, партійна номенклатура нижчих рангів, які могли купувати модний одяг, шити на замовлення, привозити з-за кордону, слідкувати за модними тенденціями. Третій сегмент утворювали художники й „конструктори одягу”, які працювали на державних фабриках для масового виробництва одягу. Водночас в країні був гострий дефіцит одягу та вкрай низький споживчий рівень основної маси населення.

Мода та історик – це сюжет, подібний до камінця, кинутого у воду, що утворює концентричні кола численних смислів. Наприклад, з приватного листування М. Грушевського відомо його ставлення до свого зовнішнього вигляду, модних впливів та власного стилю. Так, у листі до колеги, з яким протягом тривалого часу зберігав добрі й тісні не лише професійні, але товариські та сімейні стосунки – К. Студинського М. Грушевський звертається з делікатним проханням привезти для нього деякі речі, предмети ділового костюму. Це був період, коли М. Грушевський повернувся в Україну, працював в УАН, а Студинський, як закордонний співробітник академічних інституцій, мав нагоду бувати по справах у Харкові та Києві. Зокрема у листі від 20 квітня 1927 р. Грушевський просить привезти для нього літній костюм, піджак, капелюх і паризькі парфуми: *„Як не буде Вам трудно, то просив би привезти міні: легкий сірий костюм літній, маринарка і сірий капелюх (знаєте мою фігуру, а голова наоколо 58 сантиметрів) і два флакони перфуми паризької Coty: оден Violette Pourpre, а другий Roze Jacqueminot, можна досить великі, коли єсть, я Вам сі гроші сподіваюсь виплатити ще перед виїздом, а якби не поспіли, то тут. Вибачайте, що затруднюю, але, знаючи Вашу приязнь, наслідуюсь турбувати”*. У наступному листі до К. Студинського М. Грушевський уточнює своє прохання-замовлення, описуючи деталі вбрання, вказуючи розмір предметів одягу, прийнятні кольори, якість матеріалів, аксесуари. Так, він просив купити повний літній комплект: піджак, жилет, брюки з тонкого сукна, а також окремо піджак з брукселіни чорного або темно-сірого кольору та ще фетровий капелюх у чорних або темно-коричневих тонах. Із листа М. Грушевського зрозуміло, що у Києві він не мав свого кравця, французькі парфуми також туті були такої ж ціни, як у Львові. *„Перфума дійсно задорога; по сій ціні мабуть і тут можна дістати. Кравця знайомого не маю, отже посилаю Вам на обороті міру, взяту з літнього костюму, який ношу. Маринарка без ковніра, може бути без підшивки, 73 ст довга. ... Довжина сподень (не рахуючи паска) 103 ст., талія 111 ст., – писав він Студинському, додавши при тому малюнки піджака і*

¹⁴ Иллюстрированная энциклопедия моды. Пер. на рус. И.М. Ильинской, А.А. Лосевой. Изд 3-е. Прага, 1988. С. 293, 300-302, 307-309.

брюк. – Літній костюм прошу повний: маринарка, камізелька, сподні, з якогось тонкого суконця, а, коли можна окрім того маринарку з брукселіни чорної або темно-сірої. Капелюх фільцовий темно-брунатний, або чорний, ще краще, якщо є ще *Habig*”¹⁵.

Видно, що Грушевський додержувався класичного стилю, надавав перевагу чорно-сірим, темно-коричневим тонам і був парфумерним денді. Як дійсний член ВУАН, очільник цілої низки академічних інституцій Грушевський одержував доволі високу зарплатню 400 карб. або 200 дол. У листі від 25 грудня 1925 р. М. Грушевський писав К. Студинському: „Збільшили нам платню, і ще обіцяють від 1.1. – разом мав би я діставати коло 400 карб.=200 доларів місячно, на се вже можна б жити (житє у нас все таки досить дороге!)”¹⁶.

Листи Грушевського дозволяють реконструювати гардероб історика, його смаки, ставлення до моди. До цього предметного ряду належать костюми на різні сезони року, плащі, піджаки (маринарки), жилети (камізельки), черевики, капелюхи, краватки та шкарпетки. У черговому листі перед приїздом К. Студинського в Україну й зустріччю з ним в Києві (вересень 1927) М. Грушевський просив привезти йому необхідне: кілька брюк у смужку на всі сезони, піджак без жилетки, кілька краваток, до них дюжину припинок та дюжину запонок для манжетів (він зробив навіть малюнки), та півдюжини шкарпеток, черевики на подвійній підшві коричневого кольору: „Коли будете ласкаві, прошу мені привезти сподні в паски теплі, на зиму, другі лекші, на весну, і треті зовсім легкі, як найлекші, на літо. Ще одну таку брукселінову маринарку як ся – без камізельки. Брунатні черевики на подвійній золі, ч. 41. Краваток кілька до підвішування, як я просив; кілька стручків ванілії, бо тут зникла, спінок до краватки, досить високих тузин, і до манишетів тузин. Шкарпеток півтузина. Прошу солідні, але не якісь першорядні...”. Своє ставлення до моди, модного, історик визначає як прагнення поміркованого, якісного, статусного, без надмірної розкоші, що кидається в вічі: „я не люблю купувати для себе дорогі річі, се якась у мене відраза до всяких *prima – praktisch und solid*”.

Показово, що через два роки в листі до К. Студинського (жовтень 1929) М. Грушевський в своїх проханнях-замовленнях акцентував уже не на предметах одягу, а на дефіцитних товарах та ліках, тобто давалися взнаки наслідки „зламу НЕПу”, що супроводжувалося розгортанням пропаганди аскетизму у комунальному побуті. Проте відчувалися не лише проблеми з товарами та харчами, як наслідок індустріалізації, але й пригнічений настрій історика через внутрішні академічні суперечки, складну ситуацію у справах („до того ж прилучився загальний пригнічений настрій”). М. Грушевський писав, що з плащем (обероком) „можна почекаати, обійдуся сю зиму, натомість прошу по можності не забути иншого – капелюх, штракоцові черевики 41, ванілію, каву, аспіріну, верамону, *Subtonin*”¹⁷. Відтак, листування засвідчувало суттєвий дефіцит виробів, солідного одягу, білизни, аксесуарів (для краваток, манжетів). Указувало воно й на зникнення деяких приправ (ванілі), кави, ліків (аспірин, верамон, субтонін).

Цілком очевидні фінансові можливості історика та його родини, які дозволяли замовляти з-за кордону через друзів дефіцитні товари і предмети одягу. В такий засіб

¹⁵ Листи Михайла Грушевського до Кирила Студинського (1894-1932 рр.). Львів, Нью Йорк, 1998. С. 206, 208.

¹⁶ Там само. С. 180.

¹⁷ Там само. С. 213, 239.

побутові речі, предмети одягу, харчі разом з людьми, котрі їх купують, привозять, користуються ними, утворюють концентричні мережі зв'язків від особи (взаємини особистісні, родинні, товариські, професійні, адміністративно-корпоративні) до комунікацій у межах соціальної групи (наприклад, академічного співтовариства) аж до взаємодії різних суспільно-політичних укладів (зокрема галицького та радянського). У таких комунікаційних мережах предмети, речі виступають соціально-орієнтованими, себто акторами суспільного життя, відтворюючи подробиці життя від психічного стану особистості до радикальних змін в економіці.

У другій половині 1930-х рр. внаслідок індустріальної модернізації, суттєвого збільшення міського населення спостерігалось підвищення міської культури та уваги до моди. Населення мало відчуття полегшення життя як успіх перших п'ятирічок. Складовою нового курсу держави, який пізніше назвуть „неонепом”, стало відродження моди, журналів мод, відкриття у великих містах зразкових універмагів (гумів, цумів, пасажів) з модними ательє. У 1934 р. у Москві запрацював перший Дім моделей одягу на чолі з Н. Макаровою (племінницею й ученицею Н. Ламанової).

У свідомості радянського суспільства 1930-х рр. мода асоціювалася не стільки з розвитком смаку та культурою одягу (вмінням стежити за зміною модних стилів, ураховуючи індивідуальні особливості), скільки, як це не парадоксально звучить, із придбанням предметів розкоші. Такому спрощеному розумінню моди сприяла не лише бідність, злиденність мас, низький побутовий і культурний рівень населення, але й політика держави. Розширення мережі ресторанів і кафе, початок масового виробництва парфумерії і косметики, „шампанського” та шоколаду асоціювалось із достатком, благополуччям. У цей період складається система ательє мод для індивідуального пошиття одягу на замовлення, що слугувало ознакою „соціалістичної культурності”. Проте відбувався процес відтворення основних символів традиційної моди, зростання модних тенденцій та утворення державою системи модних інститутів. Ріст міської культури і чисельності населення, увесь накопичений досвід 1920-30-х рр. був використаний для розвитку модної індустрії у наступний період.

Війна, повоєнні голодні роки значною мірою травмували споживачські настрої та психологію споживання, деформували природні процеси розвитку моди і моделювання одягу. Саме на матеріалах радянської історії моди, державного регулювання індустрії моди і краси, можна спостерігати як мода, її предмети створювали єдину мережу взаємодії з людьми, владою, державними інституціями, як штучно витворювався феномен „радянської моди”. Масовість виробництва, небачена демократизація, „високої моди”, доступної кожному радянському громадянину, державна монополія на виготовлення модних речей – давали змогу контролювати те, як одягається населення, формувати через одяг його смаки та впливати на модні тенденції на відміну від традиційної буржуазної моди. Усе це загалом спричинилося до виникнення „радянської моди” – „прогнозованої, політично коректної, естетично досконалої, придатної для радянських громадян із медичних, кліматичних та інших раціональних міркувань”. Відтак, „радянська мода” розглядалась як „синтез найкращого вітчизняного та світового моделювання”. Ознаками та джерелом „радянської моди” вважались народні мотиви, а також демократизм, „масовість”, „загальна доступність”, на відміну від Заходу, де модельєри задовольняли смаки верхівки суспільства.

Водночас мода в мережі соціальних взаємин виступала знаряддям протесту проти існуючого порядку. Мода своїми циклами ніяк не підпорядковувалася законам адміністративної, планово-директивної економіки. Мода почала впливати на виробництво, а відтак і економіку: постійне коливання попиту через відмову населення купувати застарілі моделі і немодні речі призводило до величезних збитків. Споживчі пріоритети молоді, молодіжна мода і молодіжна субкультура мали протестний характер – це і „боротьба зі стилями”, і мода на міні-спідниці у дівчат, бороди та довге волосся у хлопців, і жіночі брюки, яскрава косметика та біжутерія, і, нарешті джинсовий одяг. „Джинсова мода” кинула виклик радянському класичному стилю, який менше піддавався впливам та змінам.

У 1970-1980-х рр. радянське суспільство переживало „модний бум”, що було пов’язане із зростанням добробуту і можливістю вибору, поширенням культури одягатися. Невипадково, в кінці 1980-х рр. розгорнулася дискусія навколо шкільної форми, котра мала універсальний, „дисциплінуючий” характер. Криза пізнього радянського суспільства, занепад моралі, етики, соціальне розшарування, слабкість пануючої ідеології, руйнування села і традиційних цінностей, спровокували й кризу „радянської моди”, котру поглинула хвиля вульгарності. У пострадянський період спостерігається величезний інтерес до моди, адже тепер вона слугує інструментом вивільнення особистості та суспільства від регламентованих норм громадського життя і поведінки¹⁸.

У сучасній культурі одягатися присутні всі найновіші атрибути моди і модності: модні дома, модні бутіки, салони дизайнерів-модельєрів, тижні моди, дефіле, безліч модних журналів, дамських глянцевих видань, fashion-журналістика, агресивна реклама модної продукції, мерехтіння модних трендів, виставки дизайнерів одягу, популярність „Luxury”, престижність кар’єри моделі. Мода, модні речі стають засобом самоідентифікації та самопрезентації людини, саме у взаємодії моди і особи зникає грань між humans / nonhumans. Мода стає тотальною, вона охоплює всі сторони сучасного життя. Якщо мода базується на тиражуванні, серійному виробництві та утилітарності, то колекція старовинного одягу, речей, предметів мистецтва – завжди унікальна та індивідуальна.

Колекціонування між предметом та особистістю

Із перспективи річ/особистість заслуговує на увагу феномен колекціонування, а також колекції та колекціонера. Саме колекціонування як діяльність розкриває сенс „повороту до речей”, тобто соціальний характер інтеракції предмету та людини.

У Ж.Бодрієра знаходимо пояснення передумов колекціонування. По-перше, ідеться про пошук своїх коренів, родоvodu, старовинні речі – знак і свідоцтво минулого буття, потяг до них означає інтерес до власного минулого, до своїх витоків. По-друге, феномен колекціонування зумовлений до певної міри, неродовитим, простим походженням. Інтерес до збирання антикварних речей неначе додає культурної та соціальної респектабельності

¹⁸ Журавлев Сергей, Гронов Юкка. Власть моды и Советская власть: история противостояния. // Историк и Художник.. 2006. № 1(7), 3(9).С. 103-108; 4(10). С. 110-116. Див.: Gronow Jukka. The Sociology of Taste. Routledge. London, New York, 1997, Gronow Jukka. Caviar with Champagne: Common Luxury and the Ideas of the Good Life in Stalin's Russia. Berg: Oxford, New York, 2003.

людині скромного походження. Колекціонуванням, зазвичай, цікавляться представники вищого прошарку середнього класу.

Колекціонування має психофізичну природу, колекція слугує засобом самопрезентації особистості. Людина, уважає Ж.Бодріяр, завжди колекціонує сама себе. Колекція – це нарцисична самопроекція особистості на безліч речей навколо себе: авто, ручка, жінка постають як еквіваленти „Я” чоловіка. Колекціонування часто визначають як пристрасть, хворобу, урешті залежність. Природа збиральництва залежить від різних чинників: віку, статі, соціального статусу. Колекціонування проходить кілька фаз і співвідноситься із сексуальним станом суб’єкта¹⁹.

Перша фаза колекціонування – дитинство. Для дитини збирання предметів слугує невід’ємним засобом пізнання довкілля. 7-літній вік – найактивніша стадія у процесі колекціонування. Часто ініціаторами створення перших колекцій виступають батьки, саме дорослі заохочують інтерес до збирання різних речей і дрібниць. Найбільш типовими предметами „дитячих” колекцій стають марки, поштові конверти, фото артистів, монети, календарики, фігурки з кіндер-сюрпризів. Це стадія безосібних, безліких колекцій серійних, узвичаєних предметів, колекцій, в яких кількість брала гору над якістю. Звісно, індивідуальність не настільки сформована, аби почати збирати щось унікальне. Типовими ознаками дитячих колекцій є всеїдність, невміння та небажання вибирати. Поруч з тим це період альтруїзму й активного обміну предметами, що колекціонувалися, до того ж відсутня і мораль в діях (не взмозі обміняти – вкради).

В еволюції колекціонування підлітковий період характеризується формуванням індивідуальності, виникненням усіляких комплексів, гендерною різницею – появою дівочих і юнацьких колекцій. Дівчата збирають іграшки, обгортки, ляльок, наклейки від гумок, тексти пісень, фарфорові дрібнички; хлопчики – солдатиків, постери, трансформери, вкладиші, наклейки Panini, диски, модельки автомобілів, корки від вина, пивні бляшанки. Колекції підлітків, здебільшого утаємничені, збираються виключно для себе, зорієнтовані на пошуки ексклюзивного, виняткового (відлуння, анкети, емоції).

Наступний етап збиральництва (у віці після 20-ти років) виходить в основному з міркувань престижу, особистісної мотивації. Збирач відмовляється від всеїдності, спираючись на власний смак та вподобання, колекції стають оригінальними, якісними. Сублімація колекціонера зумовлюється його власними фантазіями. Сексуальна природа колекціонування виявляється саме у критичних фазах сексуальної еволюції, адже самі колекції, на думку Ж. Бодріяра, спрацьовують як потужний компенсаторний фактор. Виникають колекції певної спрямованості, жанру (наприклад, диски з музикою конкретного періоду чи композитора). На зміну підлітковому періоду таємниць, „приховування” своїх колекцій приходить період демонстрації власних можливостей (економічних, культурних, смакових), соціального статусу та статків („дивиться, що у мене є! що я можу!”). Джерелом створення і поповнення таких колекцій стають інтернет-ринки, дилерські блоги тощо. Обмін предметами практично відсутній. Колекції виставляються у спеціально замовлених вітринах, на полицях, що слугує виявом індивідуальності, засобом самопрезентації. На цій стадії колекції мають акцентувати, а не приховувати сексуальність її власника. Визначальним принципом колекціонування на

¹⁹ Бодрийяр Ж. Система вещей. Москва, 1999. С. 85, 93-94, 97-98, 102, 110, 115-117.

даному етапі є самоствердження особистості, демонстрація індивідуальних можливостей. Предметами колекціонування стають статусні речі: живопис, прикраси, скульптура, військова атрибутика та символіка. Суттєво змінюються і пріоритети збирача цінностей, йдеться про обачливе, розумне, вибіркове збиральництво, з рисами іронії та самоіронії (М. Плісецька збирала дивні прізвища).

Колекціонування у добу зрілості (після 40 років) означає найактивніший, найстильніший період у житті колекціонера. Цей період практично ніхто не оминає, обрана річ сприймається як предмет любові. Колекціонування взаємно доповнює та компенсує сексуальну активність. Жінки „колекціонують” чоловіків, чоловіки – жінок. Колекції зрілого колекціонера різноманітні, респектабельні, позначені індивідуальністю. Він збирає те, що для нього становить інтерес, а не те, що поцінують інші, і зовнішня оцінка його зібрання не є важливою. Основна риса зрілого колекціонера – азарт пошуку, висліджування/вистежування і заволодіння омріяною річчю. Адже для нього ніщо дешевіше сувеніри з мандрівок чи курортні трофеї. Визначальними рисами колекціонера-профі є справжнє полювання на річ, маніпулювання нею і навколо неї. Ціна речі, предмету пильнування, для нього не має сенсу, головна мета – заволодіти в будь-який спосіб. Колекції зрілого колекціонера витворюються здебільшого довкола будь-якої ідеї й часто слугують компенсацією смутку, самотності, похмурого існування чи напруженої праці.

„Золотий вік” колекціонера – період після 60-ти. Це час підсумків і зваженої самооцінки. Пристрасть до колекціонування супроводжується втратою почуття нинішнього часу. Володіння річчю для старого колекціонера позбавлено сексуальності, воно радше є статусним. У „побутовій міфології”, наголошує Ж. Бодріяр, згасає страх часу і смерті. Солідний колекціонер, на відміну від молодих, не поспішає виставляти свої колекції, не демонструє їх прилюдно, а навпаки, ховає, зберігає від чужих очей, насолоджуючись ними на самоті. Старий колекціонер – це знавець, аналітик, він енциклопедично обізнаний із предмету, дуже прискіпливий, позбавлений зайвих емоцій. Так, представники творчих професій (письменники, режисери, актори, політики та бізнесмени) з віком, як правило, володіють солідними колекціями, є постійними учасниками престижних аукціонів (типова історія колекцій Ростроповича – Вишневічської). Предметами колекціонування стають дорогоцінні речі: предмети антикваріату, живопис, скульптура, ювелірні прикраси (колекція Г. Уланової), коштовне каміння, предмети декоративно-ужиткового мистецтва, меблі (колекція С. Ріхтера), рукописи, стародруки, часописи тощо²⁰. У цілому, як зазначав Ж. Бодріяр, колекція – це низка елементів плюс особистість колекціонера, себто будь-яка колекція має подвійну, психофізичну та історичну природу.

У цілому, „поворот до речей” є знаком і викликом часу. Звернення до матеріального світу, розуміння соціальності речі, як рівнозначного елементу мережі соціальних відносин, демонструє нові можливості історичного дослідження. „Речовий поворот” може спричинитися до встановлення рівноваги між емпіричним і теоретичним знанням, що означає створення теорій „середнього рівня” та їх верифікацію на матеріалах історичної науки.

²⁰ Орлова Л. Коллекциям все возрасты покорны // Антиквар. 2007. № 7. С. 66-69.

Historyk w „świecie rzeczy” (na jubileusz Profesora Krzysztofa Macieja Kowalskiego)

Współczesny stan polskiej humanistyki w dużej mierze pokrywa się z obecną sytuacją w ukraińskiej nauce historycznej. W Polsce, tak jak zresztą i na Ukrainie, w profesjonalnym środowisku badaczy istnieje podział na teoretyków historii i praktyków. W ciągu ostatnich dwóch dekad dochodzi do coraz większego rozdziewięku między obu grupami. Metodologia historii skupia się przede wszystkim na aspektach intelektualnych dotyczących postrzegania historii, co przez praktyków bywa postrzegane, jako wiedza oderwana od źródeł i pragmatyki badawczej, i jako taka nieprzydatna.

W ukraińskiej tradycji, naszym zdaniem, powyższa dychotomia historyk/metodolog charakteryzuje się naturalnym dążeniem historyka do archiwalnych badań heurystyczno-źródłowych, z jednej strony, a na gruncie metodologii – dążeniem do budowy procedur w celu omówienia zagadnień terminologicznych oraz periodyzacji. Natomiast brakuje ukraińskim badaczom przeszłości procedur problematyzacji, uteoretyzowania i konceptualizacji badań faktograficznych, a także historiograficznej oraz światopoglądowej refleksji. Jednak na Ukrainie zmienia się obecnie status poznawczy historii historiografii, która z nauki pomocniczej przekształca się w teorię wiedzy historycznej. Ukraina może w tym względzie czerpać z doświadczeń polskich.

Współczesna historiografia polska w osobie profesora Uniwersytetu Gdańskiego Krzysztofa Macieja Kowalskiego pokazuje, że możliwe jest przewycięzenie opozycji historyk/metodolog. Krzysztof Maciej Kowalski reprezentuje rzadki typ historyka-metodologa i jest uważany za założyciela „artefaktologii” – kierunku w historii kultury materialnej. Badacz ten wprowadził do polskiej nauki koncepcję „artefaktów”, jako uniwersalnej kategorii źródeł wiedzy historycznej, wyznaczył ich miejsce w systemie nauki historycznej oraz dokonał ich klasyfikacji. Szczególnie ciekawe są refleksje prof. K. M. Kowalskiego dotyczące interakcji pomiędzy historią a metodologią, empirycznymi i teoretycznymi badaniami historycznymi. Ukształtowany Przezeń na podstawie średniowiecznych źródeł epigraficznych wzór postępowania naukowego obejmuje triadę powiązanych ze sobą elementów: teorię i metodologię badań; erudycję historyczną; wiedzę z zakresu technologii wytwórstwa. Zaniedbanie jednego z tych elementów może skutkować niepotrzebnym przeteoretyzowaniem badań, nadmiarem erudycjonizmu lub przesadą w analizie metodologicznej. Realizacją triady – metodologia, erudycja, wiedza technologiczna – jest stworzenie przez prof. K. M. Kowalskiego nowych dyscyplin pomocniczych historii kultury materialnej, dotyczących 42 pomniejszych specjalności.

Ważnym faktem naukowej biografii prof. K. M. Kowalskiego jest jego przynależność do kręgu znanego polskiego metodologa, prof. Jerzego Topolskiego, pod którego kierunkiem napisał pracę doktorską, i który wywarł ogromny wpływ na kształtowanie jego horyzontów intelektualnych. Nieprzypadkowo w środowisku prof. J. Topolskiego zaczęły krystalizować się szczególne zainteresowania wobec świata rzeczy, teorii i metodologii artefaktów, które później odzwierciedlone zostały w teoriach „socjologii rzeczy” albo „nowego materializmu”. Od końca lat 90. XX wieku zaczęły rozwijać się nowe trendy w refleksji historycznej i socjologicznej: nowa historia kulturowa, nowa historia materialna, studia nad rzeczami. Widoczna tu tendencja stymuluje debatę o roli przedmiotów materialnych w budowie rzeczywistości społecznej. Oznacza to, jak twierdzi B. Latour, że tradycyjny podział na nauki przyrodnicze i humanistyczne, stał się nieaktualny. Obecnie „zwrot ku materialności” osiągnął etap refleksji teoretycznej. Nowy kierunek w nauce ustala równowagę tego co materialne, z tym co społeczne, ludzi i nie ludzi, harmonii „duszy” i „ciała” społeczeństwa. Istotą tego jest odwoływanie się do rzeczy, materii, jako próby przetworzenia społecznej charakterystyki wynikającej z faktu, że przedmioty uczestniczą w życiu społecznym i są jego wytworem. Oznacza to, że zanikają podziały między tym co duchowe a materialne, między przedmiotami a ludźmi, które stają się elementami

wspólnej sieci łączącej społeczeństwo. Według teorii aktora-sieci B. Latoura po pierwsze – życie społeczne jest powiązane heterogeniczną siecią elementów materialnych i niematerialnych; po drugie – B. Latour dokonał konceptualizacji przedmiotów, jako aktorów-uczestników interakcji społecznych; po trzecie – obiekty materialne stanowią nie tylko odbicie ludzkiej działalności, ale same generują moc sprawczą wykonując pewne czynności. Rosyjski socjolog V. Vakhshayn wskazuje na dwie zasadnicze przyczyny dokonującej się transformacji w badaniach nad społeczeństwem: po pierwsze – postęp naukowo-techniczny, który wygenerował dużą ilość obiektów wymagających badań; po drugie – jest ona wynikiem przekształceń społeczeństwa industrialnego do postindustrialnego, a w konsekwencji zrzucenia „człowieka” z piedestału, jako najciekawszego obiektu badawczego na rzecz komunikacji społecznej i przedmiotów. Funkcjonowanie współczesnego człowieka nie można sobie wyobrazić bez otaczających go rzeczy, które są narzędziem interakcji społecznych, wyrazem własnego „ja” oraz indywidualnego stylu życia.

Częścią składową teorii „materialnego zwrotu” jest tzw. „kulturowa biografia rzeczy”. Rzeczy, podobnie jak ludzie, mają historię swojego istnienia. I tak jak ludzie, którzy pełnią szereg ról społecznych, przedmioty mogą odgrywać różne role i posiadać różne tożsamości w różnych środowiskach.

Na gruncie nauki historycznej przeobrażenia te mogą zostać zidentyfikowane, jako „społeczna historia rzeczy” albo „społeczno-kulturowa historia rzeczy”. W celu rozwoju tej dyscypliny, do głównych priorytetów badawczych należy: 1) stworzenie stosownych narzędzi analizy badawczej; 2) opracowanie nowych metod i technik naukowych w zakresie socjologii rzeczy, dla badania płaszczyzn interakcji zachodzących pomiędzy przedmiotami a ludźmi; 3) zestawienie głównych kierunków zainteresowań wobec problematyki (zwłaszcza w aspektach rzecz a społeczeństwo; rzecz a czasoprzestrzeń; rzecz a indywidualność).

Z punktu widzenia związków w układzie rzeczy-społeczeństwo warto zbadać takie zjawiska jak reklama, rynek, muzeum, moda i in. Moda stanowi obszar tworzony równymi akcentami przez materialną i społeczną płaszczyznę, będąc zarówno podmiotem, jak i przedmiotem działania. Moda istnieje tylko w ramach nowoczesności, tylko nowoczesność jest wzorem tego co „neo” oraz „retro”, innowacji i anachronizmów.

Z perspektywy rzecz-osoba na uwagę zasługuje też fenomen kolekcjonerstwa, tak osoby kolekcjonera, jak i jego zbiorów. Ujawnia on sens „powrotu do rzeczy”, czyli społeczny charakter interakcji zachodzących pomiędzy przedmiotami a ludźmi. Kolekcjonerskie zbiory służą m.in. poszukiwaniu własnych korzeni, rodowodu, są znakiem i świadectwem minionej rzeczywistości. Ale kolekcjonerstwo ma też naturę psychofizyczną będąc środkiem do wyrażania swojej osobowości.

„Zwrot ku rzeczom” jest znakiem i wyzwaniem naszych czasów. Powrót do świata materialnego, społecznego postrzegania rzeczy, jako równoważnego elementu sieci powiązań społecznych, pokazuje nowe możliwości badań historycznych. „Zwrot materialny” może przyczynić się do ustanowienia równowagi pomiędzy wiedzą empiryczną a teoretyczną, co oznacza stworzenie teorii „pośredniego poziomu” i ich weryfikacji na podstawie danych wiedzy historycznej.

(tłum. T. M.)