

■ УДК 316.723:687.11/.12

**Т. С. Порхун**, аспірант, Харківська державна академія культури, м. Харків

### **ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК КОМПОНЕНТІВ: КОСТЮМ, МОДА, СТИЛЬ ЖИТТЯ У ФЕТИШИЗМІ СУБКУЛЬТУР**

Розглянуто взаємозв'язок компонентів молодіжних субкультур, який мав важливе значення у соціальній комунікації. Виявлено роль моди в конструюванні різних стилів життя. Мода проаналізована як спосіб демонстрації повсякденного фетишизму. Ця розвідка надає уявлення про вплив костюма на сприйняття образу субкультури. Автор досліджує метафоричне значення костюма, який надає невербальну інформацію і є прикладом сучасного фетишизму. Практично мода — бар'єр недоступності.

**Ключові слова:** субкультура, фетишизм, мода, костюм, стиль життя.

**Т. С. Порхун**, аспірант, Харьковская государственная академия культуры, г. Харьков

### **ВЗАИМОСВЯЗЬ КОМПОНЕНТОВ: КОСТЮМ, МОДА, СТИЛЬ ЖИЗНИ В ФЕТИШИЗМЕ СУБКУЛЬТУР**

Рассмотрено взаимосвязь компонентов молодежных субкультур, которая имела важное значение в социальной коммуникации. Обозначено роль моды в конструировании разных стилей жизни. Мода проанализирована как способ демонстрации повседневного фетишизма. Этот материал дает представление о влиянии костюма на восприятие образа субкультуры. Автор исследует метафорическое значение костюма, который дает невербальную информацию и является примером современного фетишизма.

**Ключевые слова:** субкультура, фетишизм, мода, костюм, стиль жизни.

**T. S. Porkhun**, postgraduate student, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

### **COMPONENT CONNECTION: COSTUME, FASHION, LIFESTYLE IN THE FETISHISM OF SUBCULTURES**

The author considers a component connection of youth subcultures that is of great importance in social communication. The role of fashion in designing different styles of life is indicated. Fashion is analyzed as a way of demonstrating everyday fetishism. This material gives an idea of the influence of the costume on the perception of the image of subculture. The author explores the metaphorical meaning of a costume, which gives non-verbal information and is an example of modern fetishism. Practically fashion is the barrier of inaccessibility.

**Keywords:** subculture, fetishism, fashion, costume, lifestyle.

**Постановка проблеми.** Одяг у побуті людей відіграє важливу роль. Він може бути суто функціональним: прикрашати, зігрівати тощо. Інша ситуація складається, коли він виконує роль тлумача, тобто має додатковий оціночний та вербальний сенс. Цілісний костюм має бути гармонійним чи дисгармонійним, приємним або відразливим, тобто містити оцінку. Костюм

у субкультурі відіграє важливу функцію — знаково-комунікативну. Проте цей факт недостатньо висвітлено в наукових дослідженнях.

Зрушення в молодіжному середовищі середини ХХ ст. зацікавили культурологів, філософів, соціологів, істориків. І сьогодні актуальне питання моди субкультур. Нині є немало досліджень, які розглядають субкультуру бітників та хіпі, але недостатньо уваги приділяють проблематиці співвідношення «високої» й вуличної моди, зокрема фетишизму. Саме елементи костюма надали цілісний візуальний образ бітника та хіпі. І тоді, і нині сприйняття субкультури та її цінностей базується на основі костюма як ключового поняття, що вміщає всю атрибутику сенсів. Він є фактором культурної демаркації. Фетишизм, навіть мінімальний, — невід’ємна складова субкультури.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Провідні дослідники цього питання — М. Кілошенко, А. Ю. Демшина, Д. Маглтон, А. Лурі, Г. Мортон та ін. Слід відзначити, що науковці досліджують субкультуру крізь призму моди, що розкриває нові аспекти цієї проблематики.

**Мета** статті — розглянути зв’язок між важливими компонентами субкультури, такими як костюм, мода, стиль життя.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** У своїй праці Алісон Лурі зазначає: «Семіотика сьогодні стає популярною, соціологи говорять нам, що мода також є мовою знаків, невербальною системою комунікації» (Lurie, *The language of clothes*, p. 205). Наразі всі журнали, які пропонують одяг та аксесуари, орієнтуються на молодіжну аудиторію. Особливо популярні зразки костюма, які поширилися в середовищі субкультур, — ці елементи костюма безпосередньо засвідчують належність індивіда до певної субкультури.

«Кожна мова одягу має свої різноманітні діалекти та акценти» (Lurie, *The language of clothes*, p. 205). Із цим твердженням складно не погодитися. Етнонаціональний одяг надає інформацію про власника, костюм субкультур слугує знаковим ансамблем, який візуально повідомляє передусім про стиль життя свого власника. «Стиль життя — система практик, що повторюються в повсякденній поведінці та визначають місце людини в соціальному просторі. До стилю життя належать практики в найрізноманітніших царинах: це праця й дозвілля, споживання і доходи, здоров’я та ін.» (Панченко, 2008, с. 16). Отже, виокремити чи знайти певний стиль життя означає диференціювати людей на групи, котрі різняться притаманними практиками.

Доцільно зауважити, що першочергова ідентифікація стилю життя відбувається за допомогою речей, якими оточує себе людина. На думку О. Тоффлера, для періоду науково-технічної революції характерним є неабияке багатоманіття стилів життя. «Тому іноземець, котрий потрапляє нині в американське, англійське, японське суспільство, має обирати не з чотирьох-п’яти класових стилів життя, а буквально із сотень різноманітних можливостей» (Тоффлер, 2002, с. 247). Учений пов’язує наявність у суспільстві різноманітних стилів життя з поділом не на класи, групи, соціальні

верстви, а культури на субкультури, тому людям складно зорієнтуватися в цьому розмаїтті субкультур і сформувати свій стиль життя.

На думку науковця, стиль життя — один із найважливіших елементів, який сприяє виникненню соціальних класів, груп і верств субкультур. Він підтримує їх у капіталістичному суспільстві (Тоффлер, 2002, с. 248). Водночас стиль життя становить серйозну перешкоду для переходу людей із однієї соціальної групи або субкультури до іншої.

Стиль життя у сфері субкультури означає, що індивід співвідносить свої цінності зі своїм костюмом навіть тоді, коли фетишизм — не характерна ознака субкультури. У індивіда завжди є вибір, що й відрізняє стиль від традиції або канону (Панченко, 2008, с. 17). Проте слід зазначити, що обстоювати свій вибір навіть певній спільноті вельми складно, не говорячи про індивідуалізм. Так, рок-співачка і знайома багатьом відомим бітникам Патті Сміт згадує у своїх мемуарах: «Мої смаки у виборі одягу завжди критикували адміністрація школи, дорослі, однолітки» (Смит, 2011, с. 153). Власне, у цьому й полягає закладений конфлікт. Можна припустити, що зі сфери культури «випадають» певні зразки, які не сприймає або не толерує суспільство, відтак вони стають основою для вивлення латентної опозиції та проявляються у формі «культурного ляпаса» суспільному загалові.

Фактично бітники та хіпі розпочали боротьбу за право самостверджуватися й таким чином сприяли розвитку цілого культурного пласта, який раніше вважався неприйнятним. Важливими інструментами в цьому протистоянні були мода й вулиця.

А. Керві зазначав: «Оформлювалася ця культурна сила на Таймс-Сквер у Нью-Йорку, де молоді інтелектуали, намагаючись знайти «альтернативу», укладали союз зі світом вулиці, а потім своїми індивідуальними способами долучили до своєї творчості, безперечно, хіпстерський світогляд» (Керві, *Молодежні субкультури США і Великобританії в кінці 40-х по наші дні*). Отже, еліта суспільства не завжди спрямовує вектор культурних змін. Ініціаторами стала група творчих особистостей, яка змогла скористатися засобами впливу, щоб поширити альтернативний стиль життя.

Субкультура — це не що інше, як модний зразок. М. Кілошенко зауважує: «У моді високо цінується все, що створює бар'єр недоступності» (Кілошенко, 2001, с. 28). Можна додати, що й сакральності. Субкультура — це модний зразок, так само, як і будь-який елемент одягу чи колір. Вона сама по собі є фетишем. Ш. де Бросс писав, що «в кожній країні існує фетиш, основою для якого може слугувати що завгодно» (де Бросс, 1973, с. 21). Хоч він і описував примітивні народи, а також давні культури, людина ХХ ст. створила осучаснені фетиші, хай навіть несвідомо. Мода — процес, що поступово визначає масову поведінку, а модні об'єкти — це конкретні речі, у яких модні стандарти набувають втілення (Демшина, 2009, с. 4). Тому речі є сакральними фетишами для людини. Ш. де Бросс виокремив фетиші двох видів — суспільні та приватні (де Бросс, 1973, с. 23). Розглянемо перші.

Субкультура відіграє роль фетиша. Крім того, вона має візуальну структуру, за якою її впізнають і відрізняють. Цими маркерами є одяг, біжу-

терія та інші аксесуари, які поширені в межах певної субкультури. Р. Барт, автор фундаментальної праці «Система моди», розподіляє одяг на «реальний» — те, що ми одягаємо, «одяг-образ», — який візуально сприймається, і «одяг-опис» — перетворений на мову (2003, с. 36). У парадигмі розвитку речового ядра субкультури домінує значення одягу-образу в поєднанні з одягом-описом. Реальний одяг характерний для пересічної людини, котра використовує його в побуті, тобто йдеться про «суто функціональні властивості» (Барт, 2003, с. 123).

Для цього дослідження важливий аналіз Р. Бартом «одягу-образу», хоча свій вибір він робить на користь «одягу-опису», оскільки його мета — передача інформації, де головний зміст — це мода. Такий підхід доцільний під час дослідження системи моди, але для аналізу розвитку «костюма як візуального образу важлива саме іконічна структура “одягу-образу”» (Галицын, 2002, с. 183). Важливо дослідити сприйняття елементів костюма субкультури. Можна припустити, що вони в суспільному сприйнятті ствердилися як символи, які асоціювалися з конкретною субкультурою або молодіжною тематикою. Таким чином, костюм субкультур набув ознак фетишу, який не контролювала людина. Він ніби сам набув індивідуальності й доповнював образ конкретної людини.

Візуальну стилістику, аксесуари та манеру поведінки Р. Барт визначає як специфічні чинники, що формують естетику образу. Для аналізу розвитку моди ці чинники є визначальними, оскільки саме «вони у своїй взаємодії створюють костюм (візуальний образ) і відтворюють різні градації образу» (Галицын, 2002, с. 190). Набір елементів костюму субкультури створює в різних варіаціях єдність загальної структури. Однак слід означити сам механізм формування такого костюму.

Як слушно зауважив А. Керві, «жоден із письменників Розбитого Покоління зовні не відповідав загальноприйнятому «розбитому» іміджу» (Керві). Себто він оформився стихійною вуличною модою та був популяризований комерційною індустрією. Представники субкультур, зокрема бітники, фігурували як розрекламований готовий бренд. «Товарність, але часткова забороненість (процес над поемою «Крик» Аллена Гінзберга в 1956 р., суд над «Голим Сніданком» у 1966 р., що остаточно узаконив публікацію роману в США), зумовили привабливість їх стилю» (Керві). У дослідженнях моди (зокрема тієї її сфери, яка пов'язана з одягом і костюмом) як об'єкт наслідування й тиражування розглядається образ.

Згідно з твердженням Г. А. Галіцина, «образ стає зосередженням і джерелом інформації» (Галицын, 2002, с. 186). Як пізніше стверджували самі бітники, преса нав'язала про них стереотип, якого насправді не існує (МакКлінток). Однак у масовій свідомості за посередництва реклами й самих субкультур сформувався певний візуальний канон костюма.

Доволі цікавим є спостереження журналіста А. Манакова щодо бітників: «З кудлатою бородою й на рідкість брудним светром він стоїть біля входу в кафе на Блеккет-стріт. Усім своїм видом ніби говорить: «Не намагайтеся здаватися байдужими. Я знаю, що, навіть відвернувшись, ви говори-

те про мене. Тільки перевірте ваші гаманці, джентльмени, — екзотика нині цінується» (Манаков, 1978, с. 128). Подібним чином сприймався костюм субкультур, а саме як щось недосяжне для звичайного громадянина, однак бажане. Крім того, сам автор спогадів зазнав впливу стереотипу, оскільки він фокусується лише на одязі. Біля входу в кафе стояв не А. Гінзберг чи Г. Корсо, а пересічна людина, яка перебувала на робочому місці.

Г. Мортон називає одяг «засобом здійснення й реалізації життєвих ролей. Використання одягу відповідно до виконуваної ролі починається ще в дитинстві та є заняттям усього життя». Істотна характеристика більшості людей — їх професійний статус, тому «кожен повинен одягатися згідно з роллю, що визначає статусне положення» (Morton, 1964, р. 4). Отже, субкультура набула власного, унікального статусу, хоча першочергово бітники хотіли постати поза межами будь-яких соціальних кліше та ролей, однак інтегрувалась у загальну систему зв'язків.

Мода (фр. *mode*; лат. *modus*) — «міра, спосіб, правило, домінування в певний час тих або інших зовнішніх форм у предметах побуту, головним чином в одязі» (Барт, 2003, с. 332). Фактично костюм субкультур є певним кліше, що варіюється із різних елементів. Мода сама по собі часто змінюється, але запит на костюм субкультур перебуває в площині не тимчасового віяння, а соціальної групи, яка його використовує та відтворює.

У контексті субкультур доцільніше таке визначення моди. «Мода — відображення духовних ідеалів соціальної групи в конкретних об'єктах, що виражають певні цінності» (Демшина, 2009, с. 3). Оскільки речі в субкультурах означають альтернативу та інакшість, то вони є цінностями. Крім того, згідно з визначенням М. Кілошенко, «річ не лише виражає корисність, але і є образом, метафорою життєдіяльності людей, долучених до економічних, соціальних відносин, системи спорідненості, виробництва і споживання» (Кілошенко, 2001, с. 122). Переважання в костюмі регіональної, громадської, ритуальної або естетичної функції зумовлює те, що костюм загалом стає носієм знаково-комунікативної функції.

Інформація містить певне повідомлення, «кінцеву впорядковану безліч елементів сприйняття, узятих з деякого «набору» і об'єднаних в певну структуру» (Morton, 1964, р. 188). Образ як безпосереднє переживання, пов'язане зі світом повсякденності, є базою знань і уявлень людини, відповідно, костюм може розглядатися як «міні-модель світу» (Щедрина, 2001, с. 3), світу його автора/власника.

Як альтернатива розвитку західного буржуазного суспільства споживання вбачалася східна філософія, спадщина давніх культур, повернення до природи. У цей час формується й контркультурна молодіжна субкультура. Бажання відрізнятись від дорослих характерне для більшості представників молодіжної субкультури, для них одяг стає показником культурних та політичних переконань. Ще в 1950-х рр. екзистенціалісти Ж.-П. Сартр, А. Камю, Сімона де Бовуар перебували в опозиції до буржуазного суспільства, зокрема завдяки зовнішньому вигляду.

«Стиль — це категорія форми», — зазначає відомий мистецтвознавець Д. В. Сараб'янов. «Форма реалізує певний зміст і має відому самостійність, як і сума ідей, що виражені в стилі (Сараб'янов, 1989, с. 16). Таким чином, ідеї супроводжують стиль. Тому стиль костюма відповідає світоглядіві та ідеям субкультур. Речі засвідчують душевно-інтелектуальний стан людини. Це не означає, що фетиші є критерієм інтелекту, радше інтелект тут є формою чуттєвою, тобто сенсуалістичною. На думку мистецтвознавця, «ідеї можуть керувати стилем, але не є його носіями» (Сараб'янов, 1989, с. 16).

Отже, стиль як спільнота форми об'єднує інші спільноти й системи: світогляду, жанрів тощо. Усі вони взаємозалежать від стилю — визначають його або підкоряються йому, але не збігаються» (Сараб'янов, 1989, с. 95). Тому елементи костюма не тотожні вираженню внутрішньої рефлексії представників субкультур.

Радше за допомогою речей висловлювалось знання, яке полягає у «співвіднесенні мови до мови, у відтворенні однорідного простору слів і речей, в умінні змусити заговорити все, тобто викликати появу другого шару — коментуючої мови» (Фуко, 1994, с. 76). Саме за фетишами перебувала площина коментування та відтворення найпоширеніших значень, таких як мир, любов, збереження світу, толерантність, що співвідносяться наразі з елементами костюма хіпі. Хоча на момент розквіту субкультури не всі поділяли таку думку. Фактично ці поняття використовуються нині як прогресивні; на них акцентують правлячі еліти.

**Висновки.** Отже, мода в контексті субкультур — це бар'єр недоступності, стиль життя — її інструмент, а костюм — безпосереднє втілення, що зумовлює коментування субкультури. Це означає, що всі компоненти взаємопов'язані та впливають один на одного. Стиль життя — важливий чинник у формуванні субкультури. Фетишизм водночас слідує за модою й нерозривно пов'язаний із конкретним костюмом у середовищі субкультури.

Мова костюма за посередництва моди трансформується у візуальну комунікацію, яка перебуває в конкретному соціальному просторі. Одяг є елементом костюма. Окремий аналіз одиниць одягу можливий, але в субкультурі важливий цілісний костюм. Отже, він має інформативну цінність. У поєднанні зі стилем життя реалізує повсякденні практики. Вулична мода є майданчиком для прямої демонстрації фетишизму субкультури. Більше того, субкультура сама і є одним фетишем, що може мати множинність одягу, стилів життя, моди та ідей.

У перспективі результати дослідження можна пов'язати із проблемою стереотипів. Фактично бітники визначали свою назву як шаблон, який надала їм преса. Це лише одна версія походження назви. Цікаво розглянути в такому контексті модний фетишизм, наскільки стереотипи можна зруйнувати за допомогою використання одного костюма в різних ситуаціях.

#### Список посилань

Барт, Р. (2003). *Система моди. Статті по семиотике культури*. Москва: Издательство имени Сабашниковых.

- Галицын, Г. А. (2002). Образ как концентратор информации. *Синергетическая парадигма*. (с. 183–191.). Москва: Прогресс Традиция.
- Де Бросс, Ш. (1973). *О фетишизме*. Москва: Мысль.
- Демшина, А. Ю. (2009). *Мода в контексте визуальной культуры: вторая половина XX — начало XXI вв.* Санкт-Петербург: Астерион.
- Керви, А. *Молодежные субкультуры США и Великобритании с конца 40-х по наши дни*. Взято з <http://woodstock.narod.ru/diplom.html>
- Килошенко, М. (2001). *Психология Моды*. Санкт-Петербург: Речь.
- Манаков, А. (1978). *Америка 70-х: очерки, статьи, корреспонденции*. Москва: Молодая Гвардия.
- МакКлинток, Д. *Последнее интервью Дж. Керуака*. Взято из <http://www.tampabay.com/features/humaninterest/jack-kerouac-is-on-the-road-no-more/2109689> — 22.12.15
- Моль, А. (1966). *Теория информации и эстетическое восприятие*. Москва: Мир.
- Панченко, С. (2008). Еволюція категорії стиль життя в соціології. *Стилі життя: панорама змін*. (с. 11–23). Київ: Інститут соціології НАН України.
- Сарабянов, Д. В. (1989). Проблемы формализации средств художественной выразительности. *Стиль Модерн. Истоки. История. Проблемы* (Ч. 2, с.14-35). Москва: Искусство.
- Смит, П. (2011). *Просто дети*. Москва: Астрель.
- Словарь иностранных слов*. (1955). Москва: Политиздат.
- Тоффлер, О. (2002). *Шок будущего*. Москва: АСТ.
- Щедрина, Г. К. (2001). Понятие «модель мира», его междисциплинарный статус. *Культурологические исследования «01»*. (с. 3–12). Санкт-Петербург: Издательство РГПУ имени А. И. Герцена.
- Фуко, М. (1994). *Слова и вещи: археология гуманитарных наук*. Санкт-Петербург: А-сad.
- Chaney, D. (1997). «Authenticity and Suburbia» in *Imagining Cities: Scripts, Signs, Memory*. Westwood, S. and Williams, J. (Eds.). (pp. 140–151). New York: Routledge.
- Lurie, A. *The language of clothes*. Retrieved from <https://uncgengtas.wikispaces.com>
- Grossberg, L. (1997). *Re-placing Popular Culture in The Club Cultures Reader*. (pp. 217-237). Malden: Blackwell.
- Morton, G. M. (1964). *The arts of costume and personal appearance*. New York: Wiley.
- Muggleton, D. *The Post-subcultures Reader*. New York: Oxford.

### References

- Barthes, R. (2003). *Fashion system. Articles on semiotics of culture*. Moscow: Izdatel'stvo imeni Sabashnikovyh. [In Russian].
- Galitsyn, G. A. (2002). The image as an information concentrator. *Synergetic paradigm*. (pp. 183–191.). Moscow: Progress Traditsiya. [In Russian].
- De Brosses, Sh. (1973). *On fetishism*. Moscow: Mysl. [In Russian].
- Demshina, A. Yu. (2009). *Fashion in the context of visual culture: the second half of the twentieth — the beginning of the 21<sup>st</sup> century*. St.-Petersburg: Asterion. [In Russian].

- Kervey, A. *Youth subcultures of the United States and Great Britain from the late 40's to today*. Retrieved from: <http://woodstock.narod.ru/diplom.html> [In Russian].
- Kiloshenko, M. (2001). *Psychology of Fashion*. St.-Petersburg: Rech. [In Russian].
- Manakov, A. (1978). *America of the 70s: essays, articles, correspondence*. Moscow: Molodaya Gvardiya. [In Russian].
- McClintock, D. *The last interview of Jack Kerouac*. Retrieved from <http://www.tampabay.com/features/humaninterest/jack-kerouac-is-on-the-road-no-more/2109689> — 22.12.15 [In Russian].
- Mol, A. (1966). *Information Theory and Aesthetic Perception*. Moscow: Mir. [In Russian].
- Panchenko, S. (2008). Evolution of the category of lifestyle in sociology. *Lifestyles: a panorama of change*. (pp. 11-23). Kyiv: Instytut sotsiologii NAN Ukrainy. [In Ukrainian].
- Sarabyanov, D. V. (1989). The issues of formalizing the means of artistic expressiveness. *Style Modern. Origins. History. Problems* (Pt. 2). (pp. 14-35). Moscow: Iskusstvo. [In Russian].
- Smith, P. (2011). *Just children*. Moscow: Astrel. [In Russian].
- Dictionary of foreign words*. (1955). Moscow: Politizdat. [In Russian].
- Toffler, O. (2002). *Shock of the future*. Moscow: AST. [In Russian].
- Shchedrina, G. K. (2001). The concept of a “model of the world”, its interdisciplinary status. *Cultural studies “01”*. (pp. 3–12). St.-Petersburg: Izdatelstvo RGPU imeni A. I. Gertsena. [In Russian].
- Foucault, Paul-Michel (1994). *Words and things: archeology of the humanities*. St.-Petersburg: A-cad. [In Russian].
- Chaney, D. (1997). «Authenticity and Suburbia» in *Imagining Cities: Scripts, Signs, Memory*. Westwood, S. and Williams, J. (Eds.). (pp. 140–151). New York: Routledge. [In English].
- Lurie, A. *The language of clothes*. Retrieved from <https://uncgengtas.wikispaces.com> [In English].
- Grossberg, L. (1997). *Re-placing Popular Culture in The Club Cultures Reader*. (pp. 217–237). Malden: Blackwell. [In English].
- Morton, G. M. (1964). *The arts of costume and personal appearance*. New York: Wiley. [In English].
- Muggleton, D. *The Post-subcultures Reader*. New York: Oxford. [In English].

UDC 316.723:687.11/.12

**T. S. Porkhun**, postgraduate student of Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

tatianaporhun@gmail.com

### **COMPONENT CONNECTION: COSTUME, FASHION, LIFESTYLE IN THE FETISHISM OF SUBCULTURES**

**The aim of this paper** is to explore an impact of fashion on the image of youth subcultures through fetishism. The author considers a component connection



of youth subcultures that is of great importance in social communication.

**Research Methodology.** This research is based on the analysis of fashion and cultural practices; the latest papers have been reviewed.

**Results.** The author considers a number of possibilities of impacting the main components to each other. The author explores the metaphorical meaning of a costume, which gives non-verbal information and is an example of modern fetishism. Fashion is analyzed as a way of demonstrating everyday fetishism. It is a very attractive social phenomenon. Practically fashion is the barrier of inaccessibility. In this case the lifestyle becomes the direct embodiment of its tool and clothes. Clothes and things have a clear meaning into youth space. Thus, current fashion takes forces for creating fetishes, words, and symbols. While the traditional functional capabilities by things are losing popularity, more attention is given to ideas, additional meaning of costume.

**Novelty.** An attempt is made in this paper to show alternative ways of studying the subcultures by using such a notion as fetishism. The role of fashion in designing different styles of life is indicated. This material gives an idea of the influence of the costume on the perception of the image of subculture.

**The practical significance.** Ukrainian educators, officials, scholars may find the information contained in this article useful for developing a new strategy of education, tolerance attitude, youth policy.

**Keywords:** *subculture, fetishism, fashion, costume, lifestyle.*

Надійшла до редколегії 19.05.2017 р.