

■ УДК 39:316.728](045)

<https://doi.org/10.31516/2410-5325.060.12>

Т. С. Порхун, аспірант, Харківська державна академія культури, м. Харків
tatianaporhun@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-3219-4228>

МОДНІ ТЕНДЕНЦІЇ СУБКУЛЬТУР: БІТНИКИ ТА ХІПІ

Розглянуто модні тенденції в субкультурах, які впливають на молодіжний стиль. Досліджено різноманітність елементів, використаних для створення нового костюма, який складається зі змішаних стилів. Перші тенденції простежуються у творчості Ів Сен-Лорана, таким чином елементи стилю субкультури стали найвідомішими завдяки високій моді. У середині ХХ ст. відбулися найважливіші зміни: перехідний період до постіндустріального суспільства, невирішені питання кордонів між чоловічою та жіночою модою, колективна ідентичність, модний фетишизм тощо.

Ключові слова: *мода, тенденції, субкультури, елемент, стиль.*

Т. С. Порхун, аспирант, Харьковская государственная академия культуры, г. Харьков

МОДНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ СУБКУЛЬТУР: БИТНИКИ И ХИППИ

Рассмотрены модные тенденции в субкультурах, которые оказали влияние на молодежный стиль. Исследованы разновидности элементов, использованные для создания нового костюма, который состоит из смешанных стилей. Первые тенденции прослеживаются в творчестве Ив Сен-Лорана, таким образом элементы стиля субкультуры стали более известны благодаря высокой моде. В середине ХХ в. произошли наиболее важные изменения: переходный период к постиндустриальному обществу, неразрешенные вопросы границ между мужской и женской модой, коллективная идентичность, модный фетишизм и т. д.

Ключевые слова: *мода, тенденции, субкультуры, элемент, стиль.*

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

FASHIONABLE TRENDS OF SUBCULTURES: BEAT GENERATION AND HIPPIES

The aim of this paper is to explore an impact of fashion on the spread of fetishism of youth subcultures through the fashionable trends. The author considers a permanent tendency in setting fashionable boundaries and destroying ones.

Research methodology. This study is based on the analysis of fashion and cultural practices, the latest papers on the subject have been reviewed.

Results. The author explores the metaphorical meaning of a costume, which gives non-verbal information and is an example of modern fetishism. Practically, fashion is barrier of inaccessibility. It is a very attractive social phenomenon. In this case the lifestyle becomes the direct embodiment of its tool and clothes. Clothes have a clear meaning in the youth space. Thus, current fashion takes forces for creating tendencies, fetishes, and words. While the traditional functional capabilities by things are losing popularity, more attention is given to ideas, freaks, additional meaning of a costume.

Novelty. An attempt is made in this paper to show alternative ways of studying the subcultures by using such an aspect as fashionable tendencies. The role of fashion in designing different styles is indicated. This material gives an idea of the influence of fashionable tendencies on the spread of a costume of subcultures.

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

Key words: *fashion, trends, subcultures, element, style.*

Постановка проблеми. Тенденції моди ХХ ст. пов'язані з початком переходу до постіндустріального суспільства, саме тому в цей час проявилися найгостріші протиріччя в означеній сфері, які особливо позначилися на молодіжній моді, оскільки вона була найдинамічнішою завдяки виникненню субкультур. У їх середовищі заміксовані питання гендерних меж в одязі, колективної ідентичності, проявів фетишизму тощо. Власне, слід приділити увагу цим тенденціям як таким, що мали помітний ефект у молодіжній моді субкультур.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Провідними дослідниками з цього питання є А. Б. Гофман, Т. М. Вінж, Р. Вернзайл, Г. Баксбаум та ін., у працях котрих здійснено ретроспективний аналіз молодіжної моди, тілесного фетишизму. Актуальні розвідки класиків Ю. М. Лотмана, Р. Барта та ін.

Мета статті – окреслити тенденції моди субкультур і фетишизм їхнього костюма. Оскільки в арсеналі модників завжди багато елементів, упорядкуємо їх і з'ясуємо походження запозичених речей.

Виклад основного матеріалу дослідження. Означимо перші суттєві зміни, які втілили французькі модельєри.

Зміну гендерних ролей можна простежити не тільки на прикладі вуличної моди субкультур, але й у творчості таких модельєрів, як Ів Сен-Лоран, Коко Шанель тощо. Перший створив жіночий смокінг, надихнувшись сміливістю вуличних модників і модниць. Журналістка Касандра Елсейсер (2011) згадує, що жінок, одягнених у смокінг від маестро, не пускали в елітні ресторани. Відповідно до мемуарів Коко Шанель, жінки носили сукні неприродних кольорів, які були надмірно декоровані (Коко Шанель). Крім того, саме з її ім'ям пов'язують кардинальні зміни в жіночій моді: концепція одягу, силует тощо.

Слід підкреслити психологічний стан під час вибору одягу, зокрема сумніви щодо стилю, кольору тощо. Якщо переглянути серію телепередач «Модний вирок» (Модный приговор) В. Зайцева, то можна помітити розгубленість жінок у процесі вибору стилю в одязі як набору речей, що відповідають особистості. Певним чином костюм субкультури вирішує

складнощі розгубленої, невпевненої в собі людини. Варіативний ряд одягу звужується, набуває неписаного вербального сенсу, оскільки костюм бітника чи хіпі узгоджується з певними цінностями й світоглядом.

Коко Шанель завжди заперечувала вуличну моду та одяг від кутюр, який ніколи не копіюватиме вулиця (Коко Шанель). Якщо раніше високу моду визначали кутюр'є, то згодом свої запити їй диктувала вулиця. Безперечно, що одяг низького за соціальним статусом представника субкультури мав невисоку якість тканини, швів та інших елементів.

Проте в певному сенсі це почали називати також модою, навіть шиком. Оброблені дизайнерами елементи вуличної моди набули визнання. Себто кутюр'є культурно-мистецьким актом узаконили вплив вулиці на високу моду. Пояснює цьому чимало, але головне — зміна попиту і світогляду.

Модельєри не винаходять модних цінностей і значень, а навпаки прагнуть помічати й зважати на них у своїй роботі. Залежно від того, наскільки успішно вони це роблять, можуть вважатися творцями моди (Гофман, 2004, с. 193). Саме тому звинувачення щодо нівеляції цінностей субкультури модною індустрією є міфом і фікцією. Створення цінностей та цінних зразків відбулося в молодіжному середовищі, що використали в комерції. Тут проявилась культурна ситуація, коли певний набір речей має різний сенс у різних випадках. Для комерції бітник чи хіпі — товарний знак, для заможної публіки — шик, для пересічного громадянина — дисонанс, для представника субкультури — норма.

У просторі, що перебуває за межами норми (на нормі оснований і такому, що норму порушує), стикаємося з цілою гамою можливостей: від руйнування (руйнування норми) до підкресленої повноти позитивних якостей (Лотман, 2000, с. 73). Таким чином, норма легітимується за допомогою комерції, виконуючи функцію товарного знаку. Це слугує механізмом її поширення.

Цікаво досліджувати модель світу субкультур, аналізуючи структуру їх костюма. Серед інтелектуальної молоді символом несхожості на буржуа стає чорний светр («чорний пул») у поєднанні з чорною спідницею або брюками. Такий костюм, на відміну від офіційної моди, не підкреслює, а нівелює соціальні та статеві відмінності, стає символом рівності всіх людей (Hebdige, 1979, p. 55). Саме одяг пересічних людей візуально оформив нову ідентичність. Якщо розглянути фото 1950 р. (Photoes. Beatniks), то можна виокремити основні елементи й кольори. Субкультура бітників популяризує чорний колір як символ нейтральності. Таким чином, людина виявляла байдужість до метушні й концентрувалася на собі. Смугасті тільняшки, запозичені з уніформи моряків,

символізували чорно-білі смужки життя, труднощі, з якими стикався кожен, особливо в складний післявоєнний час.

Можна виокремити, окрім чорного светра, водолазки темних тонів, смугасті сорочки, берет, поєднання білих шкарпеток і чорного взуття, темні окуляри, коротку бороду. Жінки могли носити вузькі спідниці-олівець, вузькі брюки та балетки, берети різної форми. У бітників був надзвичайно витончений стиль, і їх неординарна мода релевантна навіть із сучасними умовами, і таким чином, можливо його, постійне повернення може бути тенденцією, що не викликає подиву.

Можна припустити, що поширення костюма субкультур і тих цінностей, які він означував, зменшує бар'єр «ми-вони». Текст моди — це ніби владне слово того, хто знає все приховане за неясною зовнішністю зримих форм. Мода стає технікою відкриття незримого, і тут можна навіть убачати в секуляризованій формі ауру девіаційних текстів (Барт, 2003, с. 48). Тенденцією моди субкультур було створення особливих модних текстів, які б розуміли тільки люди конкретного кола спілкування. Таким чином, це була спроба відокремитись від загалу.

Слід зазначити, що напрями вуличної моди в поєднанні зі світоглядом бітників, який описаний у їх творах, не залишились без уваги такого митця моди, як Ів Сен-Лорана. У 1960 р. він створив колекцію «Бітник». Вона зазнала невдачі. Молодого модельєра розгромив шквал критики. Істеблішмент сприйняв таку зухвалу спробу винести на сцену вуличний стиль як особисту образу (Frank, 1997, р. 72).

Короткі шкіряні куртки, які вдягали разом із в'язаною водолазкою та ботфортами, — усе це стало авангардним рішенням колекції 1960 р. «Beatnik» і частиною однойменного образу «Бітник». Середньовічна мода, коли чоловіки з дворянських кіл та кавалерія носили високі чоботи, навела Сен-Лорана на ідею створення ботфортів для жінок (Elsaessers). Згодом стилі вуличної моди стануть основним джерелом натхнення для модельєрів, але офіційна мода не помічала цих змін.

За допомогою власного візуального образу людина заявляє про свою належність (реальну або бажану) до певної субкультури. Це дозволяє їй бути прийнятною і швидко долучитися, відштовхнувшись від представників іншої субкультури, зважаючи на те, що в соціальній сфері дедалі помітнішою стає тенденція субкультурного розшарування за такими рівнями, як образ і стиль життя, соціальна ідентичність, позиція, статус.

Показово, що у ХХ ст. ідеї, породжені маргінальною субкультурою, швидко легітимуються офіціозом, який, нівелюючи сенс, робить їх доступнішими (Connikie). Слушною є теза про ширшу доступність, але доволі часто дослідники відзначають нівеляцію сенсу бунтарського

костюма субкультур. Чому, наприклад, не припустити, що під впливом реклами й комерції одяг набуває поціновувачів, перетворюючись на модний текст, подію, з якою пов'язані спогади.

Не всі можуть входити до кола спілкування бітників або хіпі, але є певні люди, зацікавлені їх модою, тому вони прагнуть через використання елементів костюма субкультури продемонструвати свою співучасність. Одяг являє собою найіндивідуальніше творіння людської культури, водночас поряд із модою, яка, мов тінь, іде за одягом, простує могутній інстинкт наслідування (Килошенко, 2001, с. 71). Однак це жодним чином не впливає на культурну самоцінність субкультури бітників або хіпі. Вони були помітним рухом, суть протесту якого на сьогоднішній день є незмінною. Можливо, такі масові субкультури у відокремленій людській спільноті претендують на загальну ідентичність.

Бітники в США (Дж. Керуак, У. Берроуз, А. Гінзберг) використовують термін «нір» («той, хто знає»). Під впливом східної філософії бітники своєрідно інтерпретували поняття «дзен», вбачаючи життєвий шлях людини дорогою, тому почали подорожувати. Їх костюм складався з джинсів, армійських сорочок, які носили без краваток — символу респектабельності (*Антологія моди ХХ века*). У моді був відсутній єдиний зразок, що зумовлено початком постіндустріальної ери. У цей час на першому місці постали інші тенденції, зокрема індивідуальність, гра зі стилями, діалог високого й низького в мистецтві та культурі.

Одяг хіпі — без статевих відмінностей, оснований на поєднанні етно та ковбойського стилю: рвані джинси, сорочки, розшиті індіанськими орнаментами, плетені браслети. Після студентських протестів 1968 р. образи хіпі з'являються в рекламі; відкриваються магазини, де продаються символіка й одяг цієї субкультури. Тяжіння до східної філософії зумовило запозичення національних етнічних мотивів з костюма східних, індіанських і африканських народностей — довге волосся, облягаючий силует (Гофман, 2004, с. 110).

Елементами костюма хіпі, згідно зі спогадами С. Стоуна (2016), були такі: «Кльош набув поширення — від смугастих до джинсових, змішаних, з низьким поясом, і навіть шкіряних. Верхня частина варіювалася від сорочок негру до яскраво забарвлених африканських дашики, середньосхідних каптанів, тай-тай і шовкових чоловічих сорочок з воланами. Дівчата носили індійські сарі й саронги з Балі та Яви». Таким чином, мода на фетишизм, який запозичила специфіку карнавального дійства, дещо змінила спосіб використання цих речей. По суті, для фетишизму хіпі важливі не стільки форма і стиль одягу — він може бути дуже різним, — скільки колір. Оскільки субкультура хіпі мала психоделічне

спрямування, то для візуального сприйняття важливу роль відігравали саме яскраві кольори.

«Фрактальні образи і психоделічні мотиви, що використовувалися в одязі, закрутили нам голови» (Стоун). Елементи костюма хіпі мали доволі широкий спектр стилів одягу, а також аксесуарів. Так, С. Стоун указує, що «в активному використанні були браслети з бісеру, бандани і невеликі окуляри з круглими або квадратними кольоровими лінзами; ювелірні прикраси. Носили браслети, обручки, кільця для вух, для носа, браслети на щиколотці, особливо на вечірках і концертах». Ці свідчення ілюструють фотографії з різноманітних карнавальних заходів хіпі.

Ю. М. Лютман писав, що зміна елементів при збереженні того ж їх набору, зазвичай, особливо обурює стереотипну аудиторію. Перевернутий світ базується на динаміці нединамічного (Лютман, 2000, с. 73). Побутовою реалізацією подібного процесу є мода, яка теж вносить динамічне начало в, здавалося б, незмінні сфери побуту. У костюмі хіпі традиційні уявлення змішані, наприклад, суспільний стереотип про те, що жінка має носити тільки спідницю, а чоловік — лише коротко підстрижене волосся. Гендерні відмінності в їхніх костюмах нівельовані. Можливо, саме це спровокувало таку негативну суспільну рефлексію, особливо тих, хто дотримувався традиційних, дещо догматичних поглядів.

Субкультура існує тільки з метою відокремити від загалу. Вона формує свої моду і норму, щоб створити певний бар'єр недоступності. Власне, у цьому полягає її секрет популярності. Водночас простежується зворотний зв'язок використати її моду, знищити бар'єр, який закриває бажані для інших зразки. Д. Хебдідж у класичній праці «Субкультури: значення стилю» зазначає, що «вони (субкультури) крадуть буденний сенс речей» (Hebdige, 1979, p. 21). Масове виробництво й доступність сприяють постійній варіативності текстів моди. Свого часу критикували масове виробництво Ж. Бодрійяр, О. Тоффлер та ін.

Проте слід висвітлювати не тільки негативні сторони, але й акцентувати на позитивних явищах. Не варто сприймати все як нівельований шаблон, але як форму, яка може надати нових варіацій. Мода діє так само, як і «сама природна мова, для якої новизна якого-небудь віяння або слова завжди стає засобом емпізи, що дозволяє оновлювати систему» (Барт, 2003, с. 49). Функціональний аспект субкультур полягає в тому, щоб надавати новий імпульс для розвитку, інакше систему речей і сенсів. Не можна в загальній цивілізаційній динаміці дотримувати застарілих зразків.

Ж. Бодрійяр (2006, с. 152) уважав, що відносно ототожнення предметів першої необхідності супроводжується «ковзанням» цінностей і новою ієрархією корисних речей. Порушені рівновага й нерівність не

зменшилися, вони перенесені на іншу планку (Панченко, 2008, с. 82). Немало речей, які свідчили про соціальний статус, достаток, високий культурний розвиток, стали доступними для ширшого кола споживачів. Вони втратили бар'єр недоступності, особливо це стосується речей три-валого користування (*Словарь иностранных слов*, 1955, с. 106).

Предмети звичайного споживання дедалі менше свідчать про соціальне положення, і самі доходи в тій мірі, у якій найбільша різниця зникає, втрачають своє значення як критерії відмінності (Панченко, 2008, с. 83). У субкультурі хіпі й бітників існували певні особливості, які допомагали розпізнати своїх.

Висновки. Розглядаючи модні тенденції в субкультурах, можна відзначити поширення їх фетишизму за допомогою творчості окремих кутюр'є, активного використання костюмів у повсякденному житті, за посередництва комерції тощо. Фактично спостерігається постійна боротьба між бажанням знищити бар'єри, які створені модними тенденціями субкультур, і відновити їх. Гра високого й низького в стилі субкультур стала засобом наближення людей із різних класів до конкретного тренду. В елементах костюма хіпі можна побачити міксовий стиль із культурного надбання різних народів та епох, де домінує яскравість кольорів; у бітників — простий європейський стиль, що не пов'язаний із респектабельністю.

Перспективи подальших досліджень полягають в аналізі текстів про моду, зокрема про костюми субкультур, інформативної складової їх костюма та проявах фетишизму в моді субкультур.

Список посилань

- Антология моды XX века: с 1930-х по 1990-е года.* Взято из <http://modagid.ru/articles/299>
- Барт, Р. (2003). *Система моды. Статьи по семиотике культуры.* Москва: Издательство имени Сабашниковых.
- Бодрийяр, Ж. (2006). *Общество потребления: его мифы и структуры.* Москва: Республика.
- Гофман, А. Б. (2004). *Мода и люди: новая теория моды и модного поведения.* Санкт-Петербург: Питер.
- Коко Шанель. *Жизнь, рассказанная ею самой.* Взято из http://bookz.ru/authors/koko-6anel_/koko-6an_171/1-koko-6an_171.html.
- Килошенко, М. (2001). *Психология Моды.* Санкт-Петербург: Речь.
- Лотман, Ю. М. (2000). *Семиосфера.* Санкт-Петербург: Искусство СПб.
- Модный приговор.* Взято из <http://zserials.ru/57-modnyy-prigovor-vse-vurpuski-online.html>.
- Панченко, С. (2008). *Еволюція категорії стиль життя в соціології. Стилі життя: панорама змін* (с.11–23). Київ: Інститут соціології НАН України.

- Стоун, С. *Xунну от А до Я*. Взято из <http://www.twirpx.com/file/398200/>
Словарь иностранных слов. (1955). Москва: Политиздат.
- Connikie, Y. *Fashion of a Decade 1960's*. Retrieved from https://issuu.com/sh_godesign/docs/fashions_of_a_decade_the_1960s.
- Elsaessers, C. *The Fashion That Was: The Sixties and How it influenced the Fashion World*. Retrieved from www.buffalorising.com/2011/10/the-fashion-that-was-the-sixties-and-how-it-influenced-the-fashion-world/.
- Hebdige, D. (1979). *Subculture: The meaning of the style*. London: Methuen.
- See, R. J. *Fashion and Female Beat Identity in the Writing of di Prima, Johnson, and Jones*. Retrieved from <https://docs.lib.purdue.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://www.google.com.ua/&httpsredir=1&article=2905&context=clweb>.
- Frank, T. (1997). *The Conquest of Cool: Business Culture, Counterculture, and the Rise of Hip Consumerism*. Chicago: University of Chicago Press.
- Klein, G. (2003). *Image, Body and Performativity: The Constitution of Subcultural Practice in the Globalized World of Pop* (pp. 41–51). New York: Berg.
- Winge, T. M. (2003). *Constructing 'Neo-Tribal' Identities through Dress: Modern Primitives and Body Modifications* (pp. 119–133). New York: Berg.

References

- Anthology of fashion of the 20th century: from the 1930's to the 1990's*. Retrieved from <http://modagid.ru/articles/299>. [In Russian].
- Barthes, R. (2003). *Fashion system. Articles on semiotics of culture*. Moscow: Publishing house named after Sabashnikovs. [In Russian].
- Baudrillard, J. (2006). *Consumer society: its myths and structures*. Moscow: Respublica. [In Russian].
- Hoffman, A. B. (2004). *Fashion and people: a new theory of fashion and fashion*. St. Petersburg: Piter. [In Russian].
- Coco Chanel. *Life, told by herself*. Retrieved from http://bookz.ru/authors/koko-6anel/_koko-6an_171/1-koko-6an_171.html. [In Russian].
- Kiloshenko, M. (2001). *Psychology of Fashion*. St. Petersburg: Rech. [In Russian].
- Lotman, Yu. M. (2000). *The Semiosphere*. St. Petersburg: The art of St. Petersburg.
- Fashionable verdict*. Retrieved from <http://zserials.ru/57-modnyy-prigovor-vse-vypuski-online.html>. [In Russian].
- Panchenko, S. (2008). *Evolution of the category of lifestyle in sociology. Lifestyles: a panorama of change* (pp. 11-23). Kyiv: Institute of Sociology of the National Academy of Sciences of Ukraine. [In Ukrainian].
- Stone, S. *Hippie from A to Z*. Retrieved from <http://www.twirpx.com/file/398200/>
- Dictionary of foreign words*. (1955). Moscow: Politizdat. [In Russian].
- Connikie, Y. *Fashion of a Decade 1960's*. Retrieved from https://issuu.com/sh_godesign/docs/fashions_of_a_decade_the_1960s. [In English].

- Elsaessers, C. *The Fashion That Was: The Sixties and How it influenced the Fashion World*. Retrieved from www.buffalorising.com/2011/10/the-fashion-that-was-the-sixties-and-how-it-influenced-the-fashion-world/. [In English].
- Hebdige, D. (1979). *Subculture: The meaning of the style*. London: Methuen. [In English].
- See, R. J. *Fashion and Female Beat Identity in the Writing of di Prima, Johnson, and Jones*. Retrieved from <https://docs.lib.purdue.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://www.google.com.ua/&httpsredir=1&article=2905&context=clweb>. [In English].
- Frank, T. (1997). *The Conquest of Cool: Business Culture, Counterculture, and the Rise of Hip Consumerism*. Chicago: University of Chicago Press. [In English].
- Klein, G. (2003). *Image, Body and Performativity: The Constitution of Subcultural Practice in the Globalized World of Pop* (pp. 41–51). New York: Berg. [In English].
- Winge, T. M. (2003). *Constructing 'Neo-Tribal' Identities through Dress: Modern Primitives and Body Modifications* (pp. 119–133). New York: Berg. [In English].

Надійшла до редколегії 12.03.2018 р.