

УДК 7.036

Шкурко В. Ю.

Київський національний  
університет культури і мистецтв

## ДИНАМІКА ТРАНСФОРМАЦІЇ МОДНОГО ОБРАЗУ В КОНТЕКСТІ МОЛОДІЖНИХ СУБКУЛЬТУР ДРУГОЇ ПОЛОВИНИ ХХ СТОЛІТТЯ

*Шкурко В. Ю. Динаміка трансформації модного образу в контексті молодіжних субкультур другої половини ХХ століття. Стаття присвячена актуальним питанням трансформації модного образу в історії розвитку молодіжних субкультур другої половини ХХ століття, які вплинули на загальний розвиток моди та стали початком нових тенденцій як у жіночому, так і в чоловічому одязі. Проаналізовано основні погляди відомих дослідників на поняття «мода», «модний образ» та «молодіжна субкультура». Поняття «субкультура» розглянуто як систему цінностей, настанов, способів поведінки і життєвих стилів певної соціальної групи. Присвячено увагу процесу видозмінення модного образу, на який впливали молодіжні субкультури другої половини ХХ століття. Описані характерні елементи жіночого та чоловічого одягу найвідоміших молодіжних субкультур. Виявлено характерні ознаки та причини зміни модного образу. Особливу увагу приділено характеристиці молодіжного костюма — від колірної гамми до особливих деталей. Прослідковано вплив молодіжних субкультур на модний образ та новітні тенденції моди другої половини ХХ століття.*

**Ключові слова:** мода, модний образ, молодіжна субкультура, особливості костюму.

*Шкурко В. Ю. Динамика трансформации модного образа в контексте молодежных субкультур второй половины ХХ века. Статья посвящена актуальным вопросам трансформации модного образа в истории развития молодежных субкультур второй половины ХХ века, которые повлияли на общее развитие моды и стали началом новых тенденций как в женском, так и в мужском платье. Проанализированы основные взгляды известных исследователей на понятия «мода», «модный образ» и «молодежная субкультура». Понятие «субкультура» рассмотрено как система ценностей, установок, манеры поведения и жизненных стилей определенной социальной группы. Уделено внимание процессу видоизменения модного образа, на который влияли молодежные субкультуры второй половины ХХ века. Описаны ха-*

*рактельные элементы женской и мужской одежды известных молодежных субкультур. Выявлены характерные признаки и причины изменения модного образа. Особое внимание уделено характеристике молодежного костюма — от цветовой гаммы до особых деталей. Прослежено влияние молодежных субкультур на модный образ и новейшие тенденции моды второй половины ХХ века.*

**Ключевые слова:** мода, модный образ, молодежная субкультура, особенности костюма.

*Shkurko V. Dynamics of the transformation of the fashion image in the context of youth subcultures of the second half of the twentieth century. The article is devoted to the actual issues of transformation of the fashion image in the history of development of youth subcultures of the second half of the 20th century, which influenced the general development of fashion and started new trends in both women's and men's clothing. The article considers the main views of well-known researchers on the concept of fashion, fashion image and youth subcultures. The concept of subculture is considered as a system of values, guides, behaviors and life styles of a particular social group. The attention was paid to the process of modification of a fashion image influenced by youth subcultures of the second half of the 20th century. Characteristic elements of women's and men's clothing of the most famous youth subcultures are described. Characteristic signs and causes of change of a fashion image are revealed. Particular attention is paid to the characteristics of a youth suit from a color scheme to special details. The influence of youth subcultures on the fashion image and the latest fashion trends of the second half of the twentieth century has been studied.*

*The purpose of this article: to follow the dynamics of the transformation of a fashion image and to analyze the influence of youth subcultures on a fashion image in the second half of the 20th century. To consider the concept of a fashion image; youth subcultures; to follow the latest trends towards the development of a fashion image in the second half of the 20th century; to identify and give examples of youth subcultures in the second half of the 20th century; to analyze the consequences of the influence of youth subcultures on the transformation of fashionable image and to determine the level of dynamics of this process.*

*The basis of this research is a structural and functional analysis, which allows to adequately reveal the relationship of the phenomena of the social sphere of knowledge with specific socio-historical conditions.*

*The theoretical and methodological basis of research is determined by the principles of historicism, scientism and objectivity. The article uses chronological, concrete historical, historical-comparative, analytical and descriptive methods.*

*The theoretical basis of the subject are works of G. Kozhjiapirova, Y. Lysenko, A. Mudrik, S. Palchevsky, S. Sergeyev, V. Sorochnikaya, O. Stolyarenko, A. Sharikova, in which the problems of subculture are studied, etc. Some issues of the sociology of fashion trends were considered in the works of R. Bart, G. Blummer, J. Baudrillard, T. Veblen, G. Simmel, V. Sombart, R. Künig, J. Labruier, I. Kant, A. Smith, G. Spencer, G. Tarda and others. Significant contribution to the development of sociological problems of fashion*

Рецензент статті: Кондратова Л. Г., кандидат педагогічних наук, доцент ЦППО, ДВНЗ «Університет менеджменту освіти» НАПН України

Стаття надійшла до редакції 31.08.2017

was made by the works of E. Basin, V. Ilyin, A. Koneva, V. Krasnov, V. Kryuchkova, T. Lyubimova, L. Orlova, L. Popova and others.

Analysis of the fashion image was considered in the works of native Ukrainian researchers L. Dykhnich, N. Kaminskaya, G. Kutz, Y. Leghenkogo, S. Nikulenko, L. Tkachenko, Y. Shestopalova. Works are devoted to the development of fashion and costume A. Vasiliev, A. Dzekonskaya-Kozlovskaya, D. Yermilova, S. Zeling reveal the questions of transformation of artistic forms and silhouettes in a suit. Equally brilliant works are the monographs of T. Kozlova, A. Hoffman, M. Kiloshenko, L. Yateina, V. Ilyin, M. Kovryzhenko, which cover the problems of a fashion image.

The scientific value of the research is that the main provisions, conclusions, factual material can be used for further development of the topic. May be used in elementary courses in the history of art culture, history and fashion theory, or in some special courses ("Costume History", "History of Fashion," "Fashion Industry"). The summary of the work can be used in the practice of designers, specialists in the field of management, marketing and advertising, for the development of fashion trends and forecasting.

In the article the author examines the theoretical approaches to the definition of "image" and "fashion image" in the context of youth subcultures. The concept of "fashion" as a holistic phenomenon of socio-cultural phenomenon and its socio-cultural characteristics. The concept of "subculture" is considered as a system of values, guides, behaviors and life styles of a particular social group.

**Conclusions.** So, the fashion reacts quickly to changing needs and preferences of young people, and sometimes anticipate their changes, creating new ones. Each subculture that is born within a fashion, once in a while gives life to entirely new things, ideas and new trends. Tracing the relationships of subculture with a fashion image, one can conclude that during the second half of the 20th century, the appearance of all the various subcultures significantly influenced the transformation of the fashion image of youth. Within each subculture, its own fashion was created, influencing the development of fashion in general. At the same time, the emergence of new trends and bright changes in the fashionable image enables the emergence and development of a youth subculture. This complex connection refers to the more external image, some individual elements that have entered the history of fashion of the twentieth century. Therefore, the fashion and fashion image – clothes, hairstyles, shoes, jewelry, perfumes, manners, etc., affects almost all areas of human life of a certain era and certain decades. Consequently, the relationship of fashion and subculture is quite strong and mutually influential.

**Keywords:** fashion, fashion image, youth subculture, costume features.

**Постановка проблеми** у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. В епоху постіндустріального суспільства, активного розвитку інформаційних технологій та появи новітніх досягнень у науці і техніці трансформуються та змінюються смислові життєві орієнтири людей, видозмінюються

моральні норми, поведінкові стандарти, взаємини між людьми тощо. У процесі переоцінки цінностей культурні вподобання людства змінюються та з'являються нові орієнтири в модних тенденціях. Мода в цьому процесі відіграє роль механізму перетворення одних культурних зразків і стандартів масової поведінки на інші. Модні тенденції віддзеркалюють епоху, відображають норми і цінності, вподобання і настрої кількох поколінь людей. Аналізуючи модні образи сучасного світу та порівнюючи модні тенденції минулих століть, розуміємо, що мода є мінливою, постійно змінюваною та такою, яка перебуває в процесі постійної трансформації. Важливу роль у процесі видозмінення модного образу відіграють молодіжні субкультури, які активно впливають на процес розвитку моди, започатковують новітні тенденції та розвивають усі напрями модних тенденцій.

#### **Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Питання модного образу розглядаються у працях вітчизняних дослідників Л. Дихнич, Н. Камінської, Г. Куц, Ю. Легенького, С. Нікулєнко, Л. Ткаченко, Ю. Шестопалової. Праці, присвячені розвитку моди й костюму, — розробки О. Васильєва, А. Дзеконської-Козловської, Д. Єрмілової, Ш. Зелінг — розкривають питання трансформації художніх форм і силуетів у костюмі. Не менш яскравими роботами є монографії Т. Козлової, А. Гофмана, М. Кілошенко, Л. Ятіної, В. Ільїна, М. Ковриженко, які висвітлюють проблеми модного образу.

Так, у дослідженнях сучасних українських науковців Л. Дихнич, Г. Куц, Ю. Легенького, Ю. Шестопалової мода є складним явищем культури, зокрема вона є частиною синтезу мистецтв, можливістю самовираження людини, поширення та просування рекламного бізнесу, шоу тощо. У роботах Ю. Легенького підкреслюється існування «модності», саме це поняття трансформується в різних культурах та передається різними можливими засобами.

Теоретичним підґрунтям обраної проблеми стали роботи Г. Коджаспірової, Ю. О. Лисенко, А. В. Мудрика, С. С. Пальчевського, С. С. Сергєєва, В. Є. Сорочинської, О. В. Столяренко, А. В. Шарикова, де досліджуються проблеми субкультури та ін. Окремі питання соціології модних тенденцій розглядалися в роботах Р. Барта, Г. Блумера, Ж. Бодрійєра, Т. Веблена, Г. Зіммеля, В. Зомбарта, Р. Куніг, Ж. Лабрюйєра, І. Канта, А. Сміта, Г. Спенсера, Г. Тарда та ін. Істотним внеском у розробку соціологічних проблем моди є наукові праці Є. Я. Басіна, В. І. Ільїна, А. В. Конєва, В. М. Краснова, В. А. Крючкова, Т. Б. Любимова, Л. Орлової, Л. Е. Попова та ін.

Множинна кількість напрямків дослідження моди та модного образу свідчить про **актуальність** та багатогранність цього складного явища культури. Але у той же час питання впливу субкультури на модний образ розглядаються більш обмежено і епізодично.

**Мета даної статті:** прослідкувати динаміку трансформації модного образу; здійснити аналіз

впливу молодіжних субкультур на модний образ у другій половині ХХ ст.; розглянути поняття «модний образ», «молодіжні субкультури»; прослідкувати новітні тенденції щодо розвитку модного образу в другій половині ХХ ст.; виявити та навести приклади молодіжних субкультур у другій половині ХХ ст.; здійснити аналіз наслідків впливу молодіжних субкультур на трансформацію модного образу та визначити рівень динаміки цього процесу.

#### **Виклад основного матеріалу дослідження.**

Мода ХХ ст. зазнала надзвичайних трансформацій, що в основному проявлялося у зв'язках із характерними ознаками останнього стилю ХХ століття — модерну — через трансформацію напрямів та течій мистецтва модернізму, а саме: авангарду, футуризму, кубофутуризму та через нові прояви синтезу як у мистецькій і культурній практиці, так і в мистецтві постмодернізму другої половини ХХ століття.

Поняття «образ» розглядається як спосіб відображення дійсності, а художній образ стає реальним естетичним об'єктом, у якому фокусується художня ідея. Образ порівнюється з ідеальною цілісністю, устроєм, ладом, що найбільшим чином відображаються у модних інноваціях, модних захопленнях та модних трансформаціях. У той же час поняття «модний образ» розглядається як художня форма буття моди.

Для з'ясування впливу молодіжних субкультур другої половини ХХ століття на модний образ необхідно розглянути поняття «субкультура» та прослідкувати її прояви у другій половині ХХ століття.

У сучасній науці субкультуру зазвичай розглядають як систему цінностей, настанов, способів поведінки і життєвих стилів певної соціальної групи. Мода і субкультура завжди посідали важливе місце у суспільстві. Молодь як найактивніша, творча частина людства, завжди надає моді та модному образу великого значення, у чому відбиваються потреби та інтереси молоді. За свідченням багатьох дослідників, її поведінка чи стиль життя часто перебувають під впливом модних тенденцій та молодіжних субкультур. Кожна субкультура у свою чергу акумулює свою оригінальність і самобутність. Молодіжна субкультура буває найчастіше результатом незадоволеності молодої людини тим, що відбувається у суспільстві, важливою спробою наслідувати власну ідеологію та проявляти зовнішньо всі свої цінності, вподобання й інтереси, творчу діяльність, ініціативність через самореалізацію і самовираження у сфері моди.

Термін «субкультура» походить від лат. *sub* — під і *culture* — обробляння, виховання, розвиток, тобто означає «підкультура» [4]. Дослідники різних наукових галузей вважають субкультуру підсистемою загальної системи культури будь-якої країни чи суспільства. Це поняття з'явилося в зарубіжних країнах ще в 30-ті роки ХХ ст. і вперше знайшло відображення в американській соціологічній літературі. У радянському науковому просторі цей термін вживається наприкінці 80-х років ХХ ст. Академік І. А. Зязюн поняття «субкультура» пояснював як

культурну спільність із деякими особливими рисами та ознаками, виділеними з тієї чи іншої культури [6].

С. Левікова розглядала субкультуру як часткову культурну підсистему офіційної, базової культури суспільства [1]. Соціолог Ю. Волков визначає субкультуру як систему цінностей, «установок, способів поведінки й життєвих стилів певної соціальної групи, що відрізняється від пануючої в суспільстві культури, хоча й пов'язана з нею» [3].

Таким чином, субкультура — соціальна група людей, об'єднана добровільним визнанням членства в ній; автономне культурне утворення в межах загальної культури суспільства; сукупність специфічних соціально-психологічних ознак (цінностей, норм, стереотипів, смаків), які впливають на стиль життя та мислення окремих груп людей і дозволяють їм усвідомити та утвердити себе як несхожих на інших представників соціуму. На думку Ю. Бусела, складовими й ознаками субкультури є знання, цінності; потреби та схильності, стиль та спосіб життя, системи норм, способи здійснення, вміння та навички [2].

У другій половині ХХ століття в модних образах активно проявилися аспекти різних субкультур. На пострадянському просторі того часу існували типи субкультур, що розподілялися за ціннісними орієнтаціями: романтико-ескапістські (байкери, хіпі); гедоністично-розважальні (мажори, репери тощо); кримінальні (гопники); анархо-нігілістичні чи радикально-деструктивні (панки, металісти, сатаністи тощо). Розглянемо особливості модного образу деяких із них.

Субкультура «рокери» з'явилася в середині минулого століття. Спочатку так називали молодіжну течію в США в 50-х роках ХХ століття. Для чоловіків-рокерів вважалися характерними темний тон одягу і наявність мотоциклів-байків. Одяг рокерів мав бути зручним у дорозі, а тому перевагу надавали шкіряним курткам, шкіряним джинсам тощо. На куртках робилися нашивки, додавалися шипи і заклепки, які оберігали рокерів від дрібного сміття і вітру на дорозі. Але в той же час молодіжна субкультура «рокери» часто досить агресивна по відношенню саме до естрадних співаків.

Молодіжна субкультура «тедді-бої» (англ. *Teddy Boys*) існувала в 1954–1958 рр. у Великобританії і кілька разів переживала відродження в 1970-ті і 1990-ті рр. У СРСР у них були наслідувачі, яких назвали «стилягами». Типовий вигляд тедді-боя включав «штани-дудочки», сюртук з подвійним коміром, краватку-бантик у стилі вестернів. Тедді-бої вирізнялися агресивною поведінкою, багато хто з них входив до місцевих хуліганських угруповань.

«Стиляги» — молодіжна субкультура в СРСР, яка стала розвиватися в містах з кінця 1940-х до початку 1960-х років. Еталоном цієї субкультури став американський спосіб життя. Сам термін «стиляги» був уведений радянським сатиричним журналом «Крокодил» ще 1949 року. Стиляги носили одяг тільки американського виробництва, дуже яскравий. Представники цієї субкультури мали свій сленг

та цікавилися музикою та танцями закордону. У жіночому одязі перевага надавалася сукням з досить пишною спідницею (під яку одягали ще декілька нижніх спідниць у різній колірній гамі) та стискаючим верхом. Сукні прикрашалися мальовничими візерунками і декором, який мав ефект контрасту. У сукнях рукави шили в різних стилях: рукави-ліхтарики, прямі, три чверті тощо. Але на модний образ стиляг значно вплинув кінематограф, і до середини 1960-х років стиляги стали одягатися більш елегантно, стримано.

У 1960-ті роки виникла субкультура «Modos», девізом якої стали «поміркованість і акуратність», моди віддавали перевагу в одязі білосніжним нейлоновим сорочкам з вузькими комірцями, тонким краваткам, черевикам з вузькими носами, курткам зі штучної шкіри на блискавках, акуратним зачіскам. На вулицях Лондона з'являлися молоді люди з акуратними зачісками, у відбілених джинсах із червоними підтяжками, важких червоних черевиках зі сталевими носками, також іноді носили блакитні мохерові костюми та окуляри у блакитній оправі. Моди їздили на моторолерах, першими стали використовувати популярний британський стяг та емблему британських ВВС. Прихильники цієї культури вигадали чоловічий макіяж і одяг унісекс, захоплювались джазом і слаломом. Послідовниками стилю Modos стають учасники легендарної групи «Beatles».

Молодіжній моді цього часу були властиві спідниці до коліна, яскраво забарвлені костюми класичні «човники» на низьких підборах. На основі британських субкультур з'явилась нова марка лондонського одягу — Social Suicide.

Мода кінця 1960-х років відчуває вплив із боку нової молодіжної субкультури «хіпі» (1965, США), що внесла до фешен-трендів яскраві «етнічні мотиви, різнокольорові каптани, розшиті афганські халати, саморобні речі в стилі печворк, перекреслений одяг секонд-хенд, зношені, залатані, вицвіліх тонів джинси в поєднанні з яскравими вінтажними речами» [9]. У пошуках індивідуальності окремі прошарки молоді під назвою «бунтарі» змішували одяг різних стилів, часів і народів та оспівували цінність старого одягу, що в майбутньому проявилось в ефекті потертості і рваних джинсах.

Відображенням особливостей хіпі став їх стиль, який всьому світу представила сама мода, при цьому послідовники цієї контркультури не вважають моду способом самовираження. На тлі боротьби проти моралі, на тлі сексуальної революції, талановитих кутюр'є (Ів Сен-Лоран) і чудових образів, яким хочеться наслідувати (Бриджитт Бардо, Жаклін Кеннеді, Одрі Хепберн), хіпі зі зневагою ставилися до свого зовнішнього вигляду, їх одяг був лише прикриттям наготи. Хіпі вибрали один із напрямків, що у західній термінології звучить як «Dressing Down» («спадні»), свідоме погіршення зовнішнього образу, коли молодь середнього класу опускається до рівня нижчого класу, перекутивши загальноприйнятні цінності, звернувшись до того,

чим більшість гребує і що зневажає (речі секонд-хенд), чий навіть зовнішній вигляд, з точки зору «нормального» представника соціуму, стає неприпустимим, аморальним. За часів Великої депресії люди змушені були носити старий одяг, він був відображенням злиднів і соціальної неспроможності. З появою контркультури хіпі відбулися неймовірні зміни, воістину революція, яка усунула всі упередження щодо одягу секонд-хенд, тим самим нівелюючи всі соціальні відмінності. Не приєднуючись до вислову відомого американського дизайнера Джеймса Галаноса (James Galanos): «Це безглуздо, що ті (хіпі. — В. Ш.), кому було би відмовлено в найкращих ресторанах міста, сьогодні створюють моду, більш того, завдяки їм жінка йде і купує смердючі старі речі, які вже хтось носив до неї» [9], ми поділяємо думку Герберта Блумера про те що, «не всі ті, хто посідає престижне становище, — новатори, а новаторство, у свою чергу, не обов'язково приносить найвищий престиж» [8].

Зі створенням стилю (антистилю), у ньому з'явилися і кумири, зовнішній образ яких відповідав іміджу хіпі, тим самим справляючи масований вплив і сприяючи широкому залученню молоді до лав хіпі своєю пропагандою. «Психоделічний стиль Джиммі Хендрікса: різнокольорові сорочки печворк і жакети в кольорах нагадували про галюциногенні засоби, які надихали його при написанні музики і віршів» [11]. Легенда рок-музики Дженіс Джоплін також одягалася в стилі хіпі: трикотажні сукні, вишиті техаські чоботи, довгі разки намиста, пір'я, мексиканські амулети і таке інше. В їх унікальному стилі модними тенденціями в одязі стали й інші елементи: розкльошені джинси, іноді рвані або з різнокольоровими латочками, необмежена кількість прикрас, сорочки й майки. Відмінною від інших субкультур рисою було довге волосся, в яке вплітали квіти, також їх роздавали переходжимо, а іноді навіть вкладали у дула зброї поліції з гаслом «Flower Power» («сила або влада квітів») — так хіпі назвали сили любові — і отримали назву «нашадки квітів». До характерних ознак субкультури хіпі, крім одягу, належали музика в стилі рок-н-рол, подорожі автостопом, захоплення східними релігіями та медитаціями.

У цей період Ів Сен-Лоран представив свою колекцію «Beat Look», демонструючи на подіумі атрибути вуличної моди, тим самим спровокувавши негативну реакцію і обурення громадськості. І, незважаючи на це, дизайнери XXI століття, наслідуючи приклад Сен-Лорана, трансформують образи субкультур, тим самим вносячи в моду елементи золотої епохи шістдесятих, що дозволило стилю «хіпі» (від англ. Hippies style) знову з'явитися на подіумах, занурюючи в приемні спогади про «Бітлз», Джима Моррісона, Твіггі, Мері Квант.

Гедоністично-розважальні субкультури ще називають музичними молодіжними субкультурами, здебільшого їхніми адептами є підлітки. Їх об'єднують спільні музичні смаки, легке, безтурботне ставлення до життя, прагнення жити сьогодніш-

нім, «прикид» (особливості зовнішнього вигляду, одягу та рухів). За соціальним становищем до цих субкультур належать як ді-джеї, так і власники великих аудіотек.

Мода 1970-х пропагує ідею індивідуальності, свободи вибору, самостійності і осмисленої «анти-моди». Добре викладаються характерні особливості зазначеного часу в книзі про моду «Привабливість: Звільнення моди» (1976). Автор, журналіст Клара П'єр (Clara Pierre), проголосила право сімдесятих на антимоду, бо нарешті настала свобода носити «Що хочеш, Де і Коли хочеш». «У 1970-ті роки в Нью-Йорку група молодих людей почала випускати нове періодичне видання “Ганчірки” (“Rags”), на сторінках якого був представлений стиль контркультури (панк) і де основна увага приділялася вінтажу і речам секонд-хенд» [7].

Джерелом натхнення для багатьох дизайнерів стають «лахміття», дешевий одяг, кітчєвість, сексуальний фетишизм, пов'язки зі свастикою, штани бондейдж (від англ. Bondage — рабство), чорні шкіряні куртки «Перфект», черевика «доктор Мертенс», секонд-хенд і перекроєні речі, прикраси у вигляді лез для гоління, англійських шпильок, браслети та нашійники, унізані шипами і клепами.

«Дизайнер Вів'єн Вествуд з великим ентузіазмом прийняла панк, довівши наївність будь-яких спроб чіткого розмежування між модою і антимодою» [10]. Свою кар'єру дизайнера Вів'єн почала з перекроювання, копіювання одягу рок-н-рольників; за основу бралися відповідні речі на блошиних ринках [5]. Роботи були кричущо радикальними і виразними, що говорить про ідейну наповненість блошиних ринків і постачання підручного матеріалу моди епохи панку. Як доказ можна згадати виставку «Стиль вулиць» у Лондонському музеї Вікторії і Альберта (1994), де були представлені ранні роботи Вів'єн Вествуд.

1971 року вона разом зі своїм чоловіком Малькольмом Маклареном, засновником музичного гурту «Sex Pistols», відкрили в Лондоні на Кінг Роуд панк-фетишистський магазин «Let It Rock In Paradise Garage». Після поїздки в США (1974), де Макларен потрапив під вплив нью-йоркських клубів і нових тенденцій моди, він вирішив зробити його центром панк-моди. М. Макларен був упевнений, що його група «Sex Pistols» стане рекламним двигуном робіт Вів'єн Вествуд — одягу під маркою «Sex». Важливу роль у цьому зіграло його захоплення ідеями французьких ситуаціоністів. І попри різко негативну реакцію лондонських газет і громадськості на показ групи в грудні 1976 року по телебаченню, зростає кількість наслідувачів їх стилю в середовищі молодих людей. Помітно збільшилася кількість панк-груп в Англії, стали проводитися фестивалі панк-музики, відкрилися рок-клуби і майданчики для концертів. Панк-фетишистський магазин «Sex» став модною Меккою, Макларен був проголошений законодавцем вуличної моди, Вествуд — «королевою панку». «З цього часу панк стає однією з найважливіших складових молодіжного стилю і вуличної моди, без-

болісно прийнятої суспільством, проти цінностей якого самі панки бунтували» [9].

Новою субкультурою в історії моди другої половини ХХ століття стали «чоло», що мали свої корені серед молодих переселенців із Мексики, а згодом так стали називати робочий клас із Південної і Центральної Америки. Прихильники стилю «чоло» — чоловіки носили мішкуваті штани, майки-«алкоголічки» і кросівки (серед популярних чоло-брендів — Dickies, Ben Davis і Lowrider), але поступово стиль підхопили і дівчата. Жіноча версія чоло відрізняється мейкапом: вигнуті дугою брови, обведені темним олівцем губи, стрілки cat eyes, характерна зачіска з високим начосом над чолом і манікюр. Чоло як субкультура багато взяла від андеграундного хіп-хопу, тому дівчата-чоло за милу душу обвішують себе золотими брязкальцями різних ступенів важкості. Стиліст Мел Оттенберг ліпить з Ріанни chola girl, журнал Dazed & Confused робить зйомки в дусі чоло.

Молодіжна культура «хіп-хоп» з'явилась у США наприкінці 1970-х у середовищі афроамериканців. На початок 1990-х рр. хіп-хоп стає частиною молодіжної культури у багатьох країнах світу. Новий стиль підхопили мільйони молодих людей у всьому світі, до кінця тисячоліття вуличний андеграунд став частиною музичної індустрії, а ще за кілька років посів першу позицію серед наймодніших. У цей же час з'явилися перші бренди модного одягу, що стали популяризувати хіп-хоп-культуру. Відомі виробники одягу і взуття хіп-хопу — Adidas, Reebok, Nike, Sean John, Joker, Carhartt, ECKO, Roca Wear, Hardflex, AKADEMIKS, KIX та інші.

У цей час модний одяг відомих брендів став однаково популярним у представників обох статей, але ж найголовнішою ознакою моди стає її зручність, яка не сковує рухи, дає можливість вести активне життя. Спортивне взуття та аксесуари доповнюють стильні ансамблі, а короткі зачіски з виголеними малюнками, колоритні дредси надають образам унікальність. Одяг хіп-хоп для чоловіків і хлопців — це перш за все вільні майки, футболки з принтами, об'ємні бомбери, толстовки з глибокими капюшонами, трикотажні шапки, які майже закривають очі, бейсболки з прямими козирками, джоггер і мішкуваті штани. Основний матеріал — денім і бавовняний трикотаж різної щільності. Верхній одяг, головні убори, як правило, прикрашалися малюнками і написами на різну тематику. Найпопулярніше взуття — кросівки, черевика і кеди. Стиль хіп-хоп в одязі для чоловіків насамперед проявляється в багаточаровості і обсягах оверсайз. Предмети гардеробу в цьому стилі часом абсолютно не поєднуються. Найяскравіший тому приклад — шуба з натурального хутра з довгим ворсом «в підлогу», майка «з чужого плеча», широкі джинси і кросівки. Жіночий гардероб у стилі хіп-хоп відрізняється демократичністю. Крім майок і футболок унісекс «на два розміри більше», є практичні стислі сукні «міні», коротенькі майки з написами, вузькі джинси скінні і легінси, які підкреслюють ідеальні форми,

пропорції фігури. «Жіноча» палітра у стилі хіп-хоп — яскраві насичені кольори і сміливі колористичні поєднання.

Наприкінці 1980-х років популярною стала субкультура «кежуали», що сформувалася в британському субкультурному середовищі, в той час коли футбольні хулігани відмовилися від фанатської уніформи на користь дизайнерських речей і дорогого спортивного одягу, щоб якомога менше привертати увагу поліції. Стиль кежуалів з'явився значно раніше — ще за часів тедді-боїв 1950-х і модів початку 1960-х. Кежуали вивели власну візуальну формулу: джинси прямого крою Fiorucci, кросівки Adidas, Gola або Puma, сорочка-поло Lacoste і кардиган Gabicci. Вважається, що з європейською вуличною модою того часу лондонських хуліганів познайомили фанати футбольного клубу «Ліверпуль», які супроводжували улюблену команду. Наприкінці 1990-х футбольні фанати поступово відходять від початкового кежуал-образу.

Історію взаємопроникнення моди і спорту можна спостерігати з середини ХІХ століття. Великий вплив спорту на стиль життя людини, що претендує на звання успішної, спостерігаємо і сьогодні. Відвідування фітнес-тренувань, тренажерних залів чи занять з йоги або пілатесу стали «must have» — обов'язком для представників так званого середнього класу. Тому особливості крою спортивного одягу, поєднання кольорів, функціональність, притаманна спортивним речам, позначаються як на повсякденному одязі, так і на модних образах з подіумів. Відгомони спортивної тематики з'являлися в колекціях і Габріель Шанель із джерсі, Ельзи Скіапареллі (колекція Pour le Sport), а пізніше — Еміліо Пуччі (одяг для лижного спорту), Іва Сен-Лорана (костюм для занять полюванням, зокрема жакет Norfolk), Донни Каран (сукні початку 1990-х з неопрену) і багатьох інших.

**Висновки з даного дослідження.** Мода оперативно реагує на зміну потреб та вподобань молоді, а іноді навіть випереджає їх, створюючи нові. Кожна субкультура, яка народжується в межах моди, дає життя часом цілком новим речам та ідеям, новим течіям. Прослідкувавши зв'язок субкультури з модним образом, можна зробити висновок про те, що протягом другої половини ХХ ст. поява всіх різноманітних субкультур значно вплинула на трансформацію модного образу молоді. У межах кожної субкультури створювалася власна мода, впливаючи на розвиток моди загалом. У той же час породження нових тенденцій та яскравих змін у модному образі уможлиблює і виникнення та розвиток молодіжної субкультури. Цей складний зв'язок стосується більше зовнішнього образу, якихось окремих елементів, які увійшли в історію моди ХХ ст.

**Перспективи подальших розвідок.** Мода та модний образ — одяг, зачіски, взуття, прикраси, парфуми, манери тощо — зачіпають практично всі галузі життя людини певної епохи і певних десятиліть, тому дослідження зв'язку моди і субкультур є актуальним для подальших розвідок.

#### Література:

1. Бобахо В. А. Современные тенденции молодежной культуры : конфликт или преемственность поколений? [Текст] / В. А. Бобахо, С. И. Левикова // *Общественные науки и современность*. — 1996. — № 3. — С. 52–66.
2. Бусел Ю. Молодіжні субкультури : пофігізм чи протест [Текст] / Ю. Бусел // *Соціальний педагог*. — 2010. — № 10 (Вкладка). — 95 с.
3. Волков Ю. Г. Социология молодежи [Текст] : учебное пособие / Ю. Г. Волков, В. И. Добренев, Ф. Д. Кадария и др. ; под ред. Ю. Г. Волкова. — Ростов-на-Дону : Феникс, 2001. — 576 с.
4. Джери Д. Большой толковый социологический словарь (Collins) : в 2 т. / Д. Джери, Дж. Джери ; пер. с англ. Н. Н. Марчук. — М. : Вече : АСТ, 1999. — Т. 2 (П–Я). — 528 с.
5. Зозикова М. Е. Блошинный рынок [Текст] / М. Е. Зозикова // *Русская речь*. — 2015. — Вып. 2. — С. 110–116.
6. Зязюн І. А. Теоретичні аспекти культури і культурного розвитку людини [Текст] / І. А. Зязюн, Н. Є. Миропольська, Л. О. Хлебнікова та ін. // *Виховання естетичної культури школярів* : навч. пос. — К. : ІЗМН, 1998. — 156 с.
7. Стил В. Антимода : 1970-е годы [Текст] / В. Стил // *Теория моды : одежда, тело, культура*. — 2006. — № 1 (осень). — С. 77.
8. Blumer H. Fashion : From Class Differentiation to Collective Selection [Текст] / H. Blumer // *The Sociological Quarterly*. — 1969. — № 10. — С. 275–291.
9. Lobenthal J. Radical Rags : Fashions of the Sixties [Текст] / J. Lobenthal. — NY : Abbeville Press, 1990. — С. 52.
10. Steele V. Anti-Fashion : The 1970s [Текст] / V. Steele // *Fashion Theory*. — 1997. — № 1 (3). — С. 281.
11. Tulloch C. The Birth Of Cool : Style Narratives of the African Diaspora (Materializing Culture) [Текст] / C. Tulloch. — NY : Berg Publishers, 2008. — С. 116.

#### References:

1. Bobakho, V. A., Levikova, S. I. (1996). *Sovremennyye tendentsii molodezhnoy kul'tury : konflikt ili preemstvennost' pokoleniy?* [Modern Tendencies of Youth Culture : Conflict or Continuity of Generations?]. *Obshchestvennyye nauki i sovremennost'* — *Social Sciences and Modernity*, 3, 52–66. (In Russian).
2. Busel, Yu. (2010). *Molodizhni subkul'tury : pofihizm chy protest* [Youth Subcultures : Pophigism or Protest]. *Sotsial'nyy pedahoh — Social Pedagogue*, 10 (tab). (In Ukrainian).
3. Volkov, Ju. G., Dobren'kov, V. I., Kadariya, F. D., Savchenko, I. P. & Shapovalov, V. A. (2001). *Sotsiologiya molodezhi* [Sociology of Youth]. (Ju. G. Volkov, ed.). Rostov-on-Don : Feniks. (In Russian).
4. Dzheri, D. & Dzheri, Dzh. (1999b). *Bol'shoy tolkovyy sotsiologicheskyy slovar* [A Great Explanatory Sociological Dictionary]. (N. N. Marchuk, trans). (Vol. 2). Moscow : Veche : AST. (In Russian, in English).
5. Zozikova, M. Ye. (2015). *Bloshinyy rynek* [Flea Market]. *Russkaya rech'* — *Russian speech*, 2, 110–116. (In Russian).
6. Zyzun, I. A., Myropol's'ka, N. Ie., Khlyebnikova, L. O. et al. (1998). *Teoretychni aspekty kul'tury i kul'turnoho rozvytku lyudyny* [Theoretical Aspects of Culture and Cultural Development of Man]. In *Vykhovannya estetychnoyi kul'tury shkolyariv — Education of aesthetic culture of schoolchildren*. Kiev : IZMN. (In Ukrainian).
7. Stil, V. (2009, Autumn). *Antimoda : 1970-ye gody* [Antimoda : 1970s]. *Teoriya mody : odezhd, telo, kul'tura — Theory of Fashion : Clothing, Body, Culture*, 4, 77. (In Russian).
8. Blumer, H. (1969). *Fashion : From Class Differentiation to Collective Selection*. *The Sociological Quarterly*, 10, 275–291. (In English).
9. Lobenthal, J. (1990). *Radical Rag s : Fashions of the Sixties*, (p. 52). New York : Abbeville Press. (In English).
10. Steele, V. (1997). *Anti-Fashion : The 1970s*. *Fashion Theory*, 1 (3), p. 281. (In English).
11. Tulloch, C. (2008). *The Birth Of Cool : Style Narratives of the African Diaspora (Materializing Culture)*, (p. 116). New York : Berg Publishers. (In English).