

УДК 391+687. 016

УЛИЧНАЯ МОДА

Н.П. Копелович

Рассматриваются вопросы, связанные с возникновением и развитием международной уличной моды, ярко и неожиданно возникшей в шестидесятых годах XX века в США, Японии и некоторых стран Европы. Открытия в области современной моды происходят невероятно быстро. В условиях глобализации и мощной смены всевозможных событий костюм один из первых откликается на модные идеи. Костюм является носителем определенных правил, с которыми общество вынуждено считаться. Однако новый взгляд на развитие уличной моды открывает новую страницу во взаимоотношениях костюма, моды и молодежи, при которых новый подход к созданию одежды не только разрушает принятые правила, но и создает новые, не менее интересные.

Ключевые слова: мода; одежда; культура; молодежные стилевые направления; уличный стиль; внешность.

КӨЧӨ МОДАСЫ

Макалада XX кылымдын алтымышынчы жылдарында Америка Кошмо Штаттарында Япония жана Европанын бир катар өлкөлөрүндө курч жана күтүүсүз пайда болгон эл аралык көчө модасынын жаралышы жана өнүгүшүнө байланышкан маселелер талкууланды. Заманбап мода тармагындагы ачылыштар өтө тездик менен жүрүп турат. Ааламдашуу жана ар кандай окуялардын кубаттуу алмашуусунун шартында костюм биринчилерден болуп мода идеяларына үн кошот. Костюм коом эсепке ала турган кээ бир эрежелердин алып жүрүүчүсү болуп саналат. Ошенте да, бул макалада көчө модасынын өнүгүшүнө жаны көз караш менен кароо, костюм, мода жана жаштар мамилелеринин жаны барагын ачты. Бул кийим жаратуудагы эрежелерди жокко чыгарып, ошол эле учурда жаны кызыктуу эрежелерди пайда кылат.

Түйүндүү сөздөр: мода; кийим-кечек; маданият; жаштар стилинин багыттары; көчө стили; сырткы келбет.

STREET FASHION

N.P. Kopelovich

This article presents the issues related to occurrence and development of international street fashion, bright and unexpectedly occurred in the 60s of the 20th-century in the USA, Japan, and some European countries. Breakthroughs in contemporary fashion occur at a rapid-fire pace. Under conditions of globalization and rapid succession of all possible events, a suite was one of the first to respond to fashion ideas. A suite is a carrier of certain rules with which a society has to reckon. But, a new look at the issues in this article opens a new page in the relationships of the suite, fashion, and youth in which a new approach to creating clothes not only destroys these rules but creates the new ones, no less interesting..

Keywords: fashion; clothes; culture; youth style directions; street style; appearance.

Современная мода подарила миру огромное количество потрясающих и великих открытий буквально во всех областях науки, культуры и высоких технологий. Особое место в этом ряду занимают открытия в области моды, перевернувшие все наши представления о правилах “хорошего” вкуса и изменившие наше отношение к окружающему нас миру.

Казалось бы, в моде было уже все и придумать что-то совсем необычное становится все труд-

нее и труднее, но, тем не менее, каждый сезон мы удивляемся новым идеям и поражаемся тому, как просто и необычно решена та или иная тема. Так просто и неожиданно, что, кажется, будто бы ты сам до того додумался. На самом деле все не так просто, как кажется на первый взгляд. Эта кажущаяся простота, наверное, и есть гениальность, понятная многим, но доступная далеко не всем.

Так, в современной моде существует интересное и завораживающее явление – уличная

мода. Уличная мода явление сравнительно молодое. Родилась она в недрах социальных катаклизмов, охвативших весь мир и, в первую очередь, молодежь, когда в 60-х годах XX в. появилось молодежное движение под названием “хиппи” [1, с. 76, 77], поразившее всех и изменившее стиль, привычки и поведение целого поколения.

Уличная мода адресована, прежде всего, молодежи, которой сама природа дает шанс принять или отвергнуть то, что ей предлагают. Именно молодежь первая пробует на вкус все, что предлагают дизайнеры. Можно бесконечно спорить о проблемах хорошего вкуса – молодежь это не интересует. Да и в самом деле, так ли это важно в наш “безумный, безумный век”. Все будет потом, когда-нибудь, а пока надо успеть, успеть наиграться образами, цветом, идеями, а заодно что-нибудь совершить “эдакое”, от чего весь мир перевернется. Уличная мода удивляет и поражает, вызывает недоумение и размышляет, насмехается над нами и, в то же время, предлагает ей подражать.

Мода полюбила молодежь. Ведь молодежь так смела, так непосредственна, так обворожительно красива и молода. Может быть, пусть играют, лишь бы это было по-доброму. К сожалению, все не так просто, как хотелось бы. Начиная, с 60-х годов XX века, молодые люди словно сошли с ума. Они захотели сами распоряжаться своей судьбой, как бы трагична она порой не оказывалась. Они таки заставили говорить о себе весь мир. И теперь уже мир стал думать о проблемах молодежи. И не только думать, но и посвящать ей свое время, свои силы, свои идеи, которые у нее же и почерпнули.

Мода одна из первых откликнулась на то, что ей предложила молодежь. В погоне за новыми образами, стилями, концепциями, в безумной гонке новых идей дизайнерам как никогда, кстати, пришлось по вкусу смелые, эпатажные, неожиданные мысли и образы. Отныне молодежная мода стала полноправным законодателем всех идей и концепций, существующих в одежде.

Шестидесятые годы были подобны взрыву, от которого пошли круги в виде смелых, сумасшедших и странных идей, начало которому было положено движением хиппи, стремящихся к природной чистоте через любовь и пацифизм. “Занимайтесь любовью, а не войной!” – один из самых известных лозунгов хиппи. Эти идеи были так заразительны, что они быстро преодолели все границы, охватив мир безумием. И вот уже на подиумах парад совершенно новых решений, которые нравятся в первую очередь молодым. Отныне модельеры всего мира всегда будут работать на молодых, стройных, длинноногих, загорелых, заражая весь мир задором, оптимизмом и подтянутостью.

Не менее известным явлением в молодежном движении, возникшим под влиянием музыки Beatles и Rolling Stones были панки, основной идеологией которых было стремление к личной свободе и независимости. Панки пошли дальше американцев. Они буквально ошеломили весь мир своими анархическими настроениями и желанием шокировать общество. В отличие от мягких хиппи, предпочитавших свои брюки и юбки с цветочками, панки одевались в черное и подчеркнуто агрессивное, используя в качестве внешних символов зловещие эмблемы смерти, фашистские знаки, шпильки в ушах, кольца в носу, унитазные цепи, ошейники с острыми шипами и ирокезы, и все это в сочетании с ярким гримом и пирсингом. Идеологом внешнего вида панков была английский дизайнер Вивьен Вествуд. Начавшись как социальный бунт, эта идеология в дальнейшем превратилась в одно из забавных и уникальных достопримечательностей современной Англии. Опять же, дизайнеры одежды должны быть благодарны этому явлению, которое быстро оказавшись на подиумах в смягченном и доступном пониманию виде, высветило новые яркие имена, например, Вивьен Вествуд, Гальяно и др. [2, с. 98].

Еще одним следствием бунта, отрицающего общепринятые нормы морали, явился стиль гранж. Слово “гранж” имеет сленговое происхождение и в американском просторечии подразумевает нечто неприятное, отвратительное и отталкивающее. Это был протест против следования модным тенденциям. Стиль гранж неоднороден, эклектичен и стремится совмещать все самое несовместимое. В облике его представителей – длинные спутанные волосы, старая одежда, рваные джинсы, полинялые футболки, мятые куртки, рваные платья, вытянутые свитера, кеды и армейские ботинки. Это самое провокационное и дерзкое направление современной моды. Молодежь, которая создала такой стиль – это дети мировых кризисов, переживших непростые времена и воспринимающих общество как врага. Они хотели разрушить его устои и его стереотипы.

Дальше молодежные стили последовательно сменяют друг друга: нью-эйдж, неогранж, готы, футуризм, трэш и еще много других течений, не менее нескольких десятков, а то и больше. Все они оказали огромное влияние на современную моду, породив совершенно уникальное явление современности – уличную моду, родиной которой является Америка и которая тесно переплетается с официально существующей модой, обогащая ее и, сама беря от нее, что нравится.

Главное достижение уличной моды – никаких правил не существует! Никто тебя не осудит.



Рисунок 1 – Уличный стиль во время недели моды в Лондоне весна/лето 2018



Рисунок 2 – Уличный стиль во время недели моды в Нью-Йорке весна/лето 2018

Важно раскрыть себя миру. То ли противопоставить себя всем, то ли, наоборот, слиться со всеми. Любая идея, взятая из уличной моды, будет отныне исследоваться, изучаться, порождая целые пласты модных решений.

Уличный стиль, пестрый и неопределенный, может складываться из самых разных элементов. Это может быть подержанная одежда, поношенное платье, устаревшие костюмы, дополненные совершенно неправдоподобными материалами: фольгой, пластиком, мешками для мусора и т. д. Идеи уличной моды черпаются где угодно: в шкафах родителей, на барахолках, в бабушкиных сундуках.

В ход идет все, в том числе и переделка старых вещей, элементы рабочей одежды: грубые и прочные башмаки из толстой кожи на тяжелой подошве. Все потертое и поношенное.

Уличная мода ворвалась в официальную одежду как стихийное бедствие. Отрицать ее существование нет смысла. Без нее уже никак! Вряд ли найдется дизайнер, который не попытался использовать ту или иную идею, взятую с улицы, чтобы пустить ее на подиум. Уличные фрики, сами того не желая, двигают официальную моду в сторону дальнейшего и убыстряющегося темпа рождения новых образов. Взаимосвязь улицы и подиума



Рисунок 3 – Первая премия “Неделя моды Кыргызстана”.
Коллекция “Без правил”, курсовой проект студентов 2 курса кафедры ХПИ КРСУ

становится все более очевидной. И в то же время возникает опасение, что благодаря мощному развитию социальных сетей, официальная мода будет трудно с ней конкурировать. Любой дизайнер, взглянув в свой мобильный телефон, может быстро отследить необычно одетых людей, с тем, чтобы почерпнуть свежую идею. Грустно и обидно, но интернет убивает уникальность уличной моды.

Модные блогеры, позирующие перед телефоном, на самом деле интерпретируют высокую моду на свой индивидуальный манер. По сути, их деятельность заставила многих дизайнеров изменить способы получения информации. Многие из дизайнеров теперь едут в отпуск в места, где можно получить истинную и настоящую информацию, где нет интернета, но зато есть этнографические музеи с богатой экспозицией, и где можно почерпнуть гораздо больше идей для развития современной моды.

И если современная мода найдет способы взаимодействия с уличной модой, то обе стороны от этого только выиграют. Возникает вопрос – как это сделать. Отношение к официальной моде выражается скорее в создании собственного стиля, нежели в формальном следовании новым тенденциям с подиумов. Быть самим собой это важно. Главное – индивидуальность и собственное понимание современной моды, отражающее внутреннее “я”.

Смотря на развитие современной одежды, можно выделить три основных места, где изначально формировались тенденции уличной моды. Это

Лондон, Нью-Йорк (рисунок 1) и Токио. Лондон по-прежнему остается центром экспериментальной, эпатажной, концептуальной и очень интересной, почти всегда веселой моды (рисунок 2). Английская уличная мода в первую очередь нацелена на удобство. Именно там возникла своя “философия низких каблуков” – практически все предпочитают спортивную обувь. Английская национальная идея проста, но самодостаточна: выглядеть так, будто тебе плевать на свой внешний вид.

История же уличной моды Японии связана с экономическим подъемом страны. Вместе с доходами у населения возросли и потребности. Современный японский дизайн одежды представляет собой синтез восточной и западной традиций, которые взаимно дополняют и обогащают друг друга. Уличная мода Японии держится на стремлении каждой личности выразить свою потребность в самовыражении. Буддийское учение об изменчивости бытия в вечном потоке времени является важным для формирования идеи сотворчества. Источник красоты – в недолговечности. Поэтому вещь продолжает жить и развиваться, вступая в контакт с тем кто, ею пользуется. Спонтанность, импровизация, трансформация в процессе ношения, все эти качества дают возможность участвовать в творческом процессе. Японцы, соединив японскую художественную и европейскую традиции в costume, сумели создать нечто совершенно новое, ни японское, ни европейское, а скорее он может восприниматься как одежда будущего.

Одежда Нью-Йорка на улицах поражает своим разнообразием и отсутствием уважения к какой бы то ни было традиции. Это сплав культурных всевозможных наслоений, которые отбирались из всех молодежных течений. В этой мешанине можно проследить отголоски различных стилистических направлений: будь то хиппи или неувядаемая классика, женственность или фольклор (рисунок 1).

Уличная мода – это катализатор современной одежды. Здесь соединяются причудливые и невообразимые идеи, образы, оттенки и цвета. Уличная мода – это бунт против всего признанного официально и протокольно. В уличной моде все чрезмерно, все чересчур. Уличная мода не боится экспериментов и полна стремления к самовыражению. Главное условие – неординарность и индивидуальность.

Глядя на нашу бишкекскую молодежь, приходишь к выводу, что главным принципом формирования своего облика она выбрала: “ни в коем случае не выделиться”. Она старается лавировать между “быть как все, и в то же время быть на уровне”. Даже такие креативные личности, как студенты престижных столичных вузов, не всегда воспринимают новейшие идеи молодежной моды, отдавая предпочтение тому, что уже давно апробировано (рисунок 3). Видимо есть тормоза, препятствующие возникновению необычной и яркой одежды, и мешающие им раскрыть свою творческую индивидуальность, свое “я”. С одной сторо-

ны, наша молодежь всегда была скромнее, чем ее зарубежные аналоги в силу ее менталитета, с другой – недостаток по настоящему модной информации о современной одежде не способствует возникновению неординарных молодежных стилей в нашей столице, и, наконец, модная одежда – это дорогое удовольствие. Не каждый, даже продвинутый студент, может позволить себе следить за модными новинками. А жаль...

Ведь уличная мода яркая, непредсказуемая, смешная, абсурдная, дающая возможность игры и эксперимента, придает особое своеобразие многим современным мегаполисам, и в то же время формирует у молодежи нетривиальное отношение ко всему. К тому же, она дает возможность, стоя на грани глобальных политических и экономических событий и кризисов, посмеяться или хотя бы просто улыбнуться над серьезностью нашей жизни, которая дается нам всего один раз [3].

Литература

1. Гусейнов Г.М. Композиция костюма / Г.М. Гусейнов, В.В. Ермилова, Д.Ю. Ермилова и др. М.: Изд-во ИЦ Академия, 2004.
2. Грачева Д. Орел и решка / Д. Грачева // Индустрия моды. 2014. 4(55) осень.
3. Степучев Р.А. Практикум по художественному проектированию костюма (Семиотический аспект, дизайнерский аспект) / Р.А. Степучев: учеб. пособие. М.: МГТУ, 2001. 374 с.