T.B. Кузнецова

**Феномен моды: аспекты маргинальности**

В 70 - е и особенно в 80 - е "хороший вкус" был сильно потеснен с его привилегированного положения в эстетической иерархии. "Дурной вкус" оккупировал подиумы" его проявлением можно считать и стиль "секси", и эклектизм в одежде, трансформировавшийся из "диффузного стиля 70-х годов в направление "сочетание несочетаемого" в начале 90 - х.

Самые знаменитые дизайнеры одежды отличались именно тем, что или намеренно нарушал» границы традиционного "хорошего вкуса", или балансировали на его грани. О К. Ларуа, например, писали, что он "отбросил всю осторожность, а некоторые могут добавить: вкус -и начал создавать совершенно необыкновенные модели".1

В этом отношении показательна перемена, произошедшая с Домом "Шанель". Новый художественный директор Карл Лагерфельд, пришедший в "Шанель" в 1983 г., сумел своими коллекциями вернуть фирме коммерческий успех и влияние на мировую моду, но ценой отказа от тех принципов, которых придерживалась всю свою долгую жизнь в моде сама Коко Шанель. Лагерфельд в коллекциях второй половины 80-х начала 90-х годов использовал все, что ранее было под запретом: от курток рокеров до мини-юбок (против которых Шанель протестовала в 60 - е годы) до мужского и женского белья. О коллекции "Шанель" весна/лето 1991 г., например, писали: В этом был весь Лагерфельд: вольное и даже непочтительное соединение классики и современности с легким налетом дурного вкуса".2

А современных авангардистов в дизайне одежды можно назвать апологетами "дурного вкуса": модели Ж.-П. Готье, В. Вествуд, Джона Гальяно и других демонстративно нарушают и опровергают все границы и каноны.

Страсть нарушать нормы и прежние ограничения вызвана характернейшей особенностью постмодернистского мышления, влияние которого обнаруживается и в профессиональном сознании дизайнеров одежды. Постмодернизм понимает различия только для того, чтобы трансгрессировать их. В плюралистическом мире постмодерна перестают существовать границы структур и специфическое преломление получает проблема маргинальное™. Парадигма постмодернизма - деятельность, происходящая в пограничной зоне культуры, поскольку процессы, развертывающиеся на периферии культуры, отличаются наибольшей подвижностью.

В постсовременную эпоху огромную роль начинают играть периферические субкультуры: внутри господствующей культуры возникают альтернативные субкультуры, которые содержат в себе огромный запас изменчивости (Р. Парк, Т. Веблен и др.) склоняются к тому, что индивид, который находится на грани "нескольких культурных миров и не принадлежит ни к одному *из* них, в большей степени способен и направлен на инновационную деятельность, поскольку для него многие

*с 2*

1 Duffy M/ Welkom to the fresh follies // Time. 1987? Feb. 9.

2 Даритон Н. Кто Вы, Карл Лагерфельт?// За рубежом. - 1990 № 52 с. 14

установки и культурные тармы не являются обязательными. "Существующие в культуре запреты сознательно или несознательно нарушаются людьми на периферии цивилизованного мира. Освоение субкультур и других культур, ранее находившихся на периферии цивилизованного мира (мир детей, молодежные субкультуры, культуры стран "третьего мира", первобытное искусство, другие маргинальные субкультуры) является важнейшим средством осуществления модной инновации".

Наряду с базовыми существуют периферические субкультуры, в которых культивируются черты, менее развитые или вовсе не развитые в центральных субкультурах. Постмодернизм реабилитирует те творческие парадигмы, которые оттеснялись на периферию культуры. Именно эти субкультуры обладают гигантским инновационным потенциалом, который осваивает современная мода.

Начиная с 60 - х годов дизайнеры одежды заимствуют идеи из тех областей, которые ранее существовали на обочине официальной моды: из стихийной уличной моды, в молодежных субкультурах (битники, рокеры, хиппи, панки). Под влиянием развития средств массовой информации, массового духовного и материального производства, демократизации общественной жизни "культура приобретает новое измерение, поскольку на смену традиционным оппозициям "духовное-светское", "высокое-народное" приходит нерасчлененное целое массовой культуры, точнее культура масс, где дух толпы приходит на смену "высокому"искусству, народному духу или корпоративному этосу. На смену традициям, ценностям, запретам, авторитетам приходят иррациональность, подражательность"?4 И стихийно складывающиеся эстетические предпочтения улицы стали определять характер коллекций дизайнеров одежды: от М. Квант и Т. Одхэма в 90 -е годы.

К. Лагерфельд признался: "Я беру свои идеи отовсюду, но использую их по-своему. Модельер, который пренебрегает улицей - глупец. Именно улица питает моду последних двадцати лет".5

Человек массы становится господствующим социокультурным типом общества: "Если в предшествующие эпохи маргинализированные индивиды были скорее исключением в социуме, то в эпоху господства массы уже "человек культуры" становится неким исключением (...) культурная маргинальность (и ее субкультуры) пришли на место социальных норм и ценностей самой культуры".6 А И с семидесятьк годов ценности маргинальных культур заняли свое место в новой модели культуры. Все это не могло не отразиться в моде и коллекциях дизайнеров одежды.

Первым знаком изменения отношения к бывшему ранее под запретом

3 Гофман А.Б.. Обновление и модные циклы // Техническая эстетика-1990, №4.

4 Шапинский В.А. Культурная маргинальность как соц.философ. проблема.Афтор.дис.на  
соис.учен.степ.канд.философ.наук.М, 1990.

5 Даритон Н. Цитат.произ. с. 12.

6 Шапинский В А. Цитата произв. с. 12

в 70 - е годы стал стиль "унисек©" (характерное для постмодернистского мышления заявление одного из создателей этого стиля, Жака Эстереля: "В современном мире различия полов часто искусственны и устарели"). В 8 0-е годы тема культурной маргинальности получила свое дальнейшее развитие в дизайне одежды. С одной стороны, она выражалась в популярном стиле "секси", предлагающим эстетический образ, опровергающим традиционные представления о морали: образ женщины, открыто демонстрирующей свою сексуальность, соблазнительницы или проститутки (например, образы, созданные А. Алайя для Тины Тернер или Ж.-П. Готье для Мадонны). С другой стороны в культуре и обществе 80 -х -начала 90- х годов легализуются сексуальные меньшинства, их ценности признаются новой моделью культуры и оказывают сильное влияние на многие тенденции в искусстве, театре, кино, музыке и т. д.

Одним из первых это направление в своем творчестве отразил Ж.-П. Готье: его коллекции мужской и женской одежды с 1984 года демонстрировали эстетические образы, характеризующие для субкультуры сексуальных меньшинств. Показ мужских коллекций готовой одежды в Милане сезона осень-зима 1990 г. продолжил эту тенденцию: "Когда в Милане открылся показ моды под девизом «La dolce moda», по Италии прокатилась волна шока. Газета «La Republica» придумала название, характеризующие нежные тона и мягкие линии Джоржио Армани -"molaccione", то есть "придурковатые". "Л Tempo" назвала их "модой для третьего пола", то есть "яркие, соблазнительного характера, женственные модели на юношах с хорошей внешностью". Дизайнер Мариучча Манделли считает, что наблюдается смягчение, размывание стереотипов полов".7

В 1993 - 1994 гг. этот стиль проникает и в промышленную массовую моду.

Если принять определение, что «культурная маргинальность - это определенное отношение тс ценностям данной культуры, в которое может вступать любая группа данного социума в зависимости от экономических, политических, духовных и других факторов»8, то к маргинальным субкультурам можно отнести и многочисленные молодежные субкультуры, существующие в западном обществе и влияющие на моду последних тридцати лет.

Модельеры уже в 60 - е годы многое заимствовали из внешних атрибутов субкультур битников и рокеров, джинсовый стиль пришел из субкультур хиппи и левого студенчества конца 60-х годов. Особое влияние на формирование облика современного человека оказала субкультура хиппи, так сильно изменившая привычный взгляд на отношение людей к одежде. Эта богемная и студенческая субкультура имела следующие особенности, важные для последующего развития культуры:

7 Menkes S/ Soft lines, sweet colors in Milan give Italian macho image a iolt/ // Time, 1989, July 11.

8 Шапинский В.А. Циг. произ. с. 17.

1) экспрессивность - стремление к творчеству, приносящему моральное  
удовлетворение, стиранию грани между работой и игрой;

2) субъективность - вызов стандартам объективного мира, протест  
против предрассудков "хорошего вкуса", против буржуазной униформы;

3) индивидуализм - реакция на обезличенность массового общества.9

Костюм хиппи представлял собой эклектическое смешение костюмов разных эпох, народов, с помощью которого каждый хотел выразить свое "я", свою неповторимую индивидуальность. У хиппи мода заимствовала тенденцию к индивидуализации облика, интерес к использованию элементов культуры разных народов в костюме, а также любовь к старому, "потертому", имеющему "паутину времени", что отразилось во множестве направлений - от этнического стиля до таких стилей, как стиль "лохмотьев и дыр", "гранж" и т.п.

Необходимо отметить, что альтернативные ценности контркультуры, центральное место в системе которых занимает ценность самоосуществления, оказали значительное влияние на изменение профессионального самосознания дизайнеров одежды, которые в своем творчестве стремятся реализовать установки на свободное развитие творческого и гуманистического потенциала каждого человека.

С 1977 года сильное влияние на дизайн одежды оказывала субкультура панков, у которой мода заимствовала сильный эпатирующий элемент, новые "неоновые" цвета. Одно из последних влияний молодежной субкультуры выразилось в стиле "гранж" ставшим популярнейшим стилем в 1992 - 1994 гг. Центральным образом, характеризующим этот стиль и заполнившим страницы модных журналов стала маргинальная личность (бомж, бродяга, нищий), что дало для определения этой тенденции в массовой моде как "маргинальный шик".

В 1994 - 1995 гг. дизайн одежды вновь ощутил влияние субкультуры панков - появился стиль "неопанк" (яркие цвета, синтетические материалы, агрессивные аксессуары), правда, в отличие от стиля "гранж", который действительно возник в недрах молодежной субкультуры, а затем был трансформирован дизайнерами одежды, "неопанк" 90-х годов скорее можно отнести к одному из вариантов стиля "ретро".

Современная культурология склоняется к тому мнению, что субкультуры своим творческим потенциалом перекрывают значение господствующей культуры, и для того, чтобы успешно осуществлялся процесс развития, в культуре необходимо должны присутствовать инновационные субкультуры, являющиеся практически неисчерпаемым источником возникновения новых идей. Таким образом, структура постиндустриального общества, состоящая из множества разнообразных и равнозначных сосуществующих параллельно субкультур, является причиной и источником разнообразия, основой эстетического плюрализма в культуре в целом, и в сфере дизайна одежды в частности.

9 Оборонко В.И. Западные молодежные субкультуры 80 - х годов. Научно-аналитический обзор. М, 1990.

-31 -

Деконструкция и трансгрессия приводят к стиранию оппозиций между ассортиментными группами, функциональной трансформации вещи, нетрадиционному использованию материалов, а также отказ от канонов "хорошего вкуса" и "хорошей формы" в моделировании костюма.

Важной установкой нового проектного сознания является стремление разрушить барьер между одеждой, предлагаемой дизайнерами, и ее потенциальным потребителем, что выражается в отказе от супер - моделей, использование в рекламе людей с нетради­ционной внешностью, в введении новых форм демонстрации одежды вместо традиционных дефиле.

Существенную роль в "новой философии одежды" играет категория комического - юмор и ирония стали важными ценностями в современном дизайне одежды, поскольку ироническая стилизация, пародирование традиции являются основными способами освоения традиции в постмодерне.

Ориентация дизайна на создание комических образов выдвинула на первый план такие качества модельера, как интуиция и чувство образности; образно - ассоциативное мышление стало основой новой концепции проектирования в дизайне.

**-31 -**

Деконструкция и трансгрессия приводят к стиранию оппозиций между ассортиментными группами, функциональной трансформации вещи, нетрадиционному использованию материалов, а также отказ от канонов "хорошего вкуса" и "хорошей формы" в моделировании костюма.

Важной установкой нового проектного сознания является стремление разрушить барьер между одеждой, предлагаемой дизайнерами, и ее потенциальным потребителем, что выражается в отказе от супер - моделей, использование в рекламе людей с нетради­ционной внешностью, в введении новых форм демонстрации одежды вместо традиционных дефиле.

Существенную роль в "новой философии одежды" играет категория комического - юмор и ирония стали важными ценностями в современном дизайне одежды, поскольку ироническая стилизация, пародирование традиции являются основными способами освоения традиции в постмодерне.

Ориентация дизайна на создание комических образов выдвинула на первый план такие качества модельера, как интуиция и чувство образности; образно - ассоциативное мышление стало основой новой концепции проектирования в дизайне.

1) экспрессивность - стремление к творчеству, приносящему моральное  
удовлетворение, стиранию грани между работой и игрой;

2) субъективность - вызов стандартам объективного мира, протест  
против предрассудков "хорошего вкуса", против буржуазной униформы;

3) индивидуализм - реакция на обезличенность массового общества.9

Костюм хиппи представлял собой эклектическое смешение костюмов разных эпох, народов, с помощью которого каждый хотел выразить свое "я", свою неповторимую индивидуальность. У хиппи мода заимствовала тенденцию к индивидуализации облика, интерес к использованию элементов культуры разных народов в костюме, а также любовь к старому, "потертому", имеющему "паутину времени", что отразилось во множестве направлений - от этнического стиля до таких стилей, как стиль "лохмотьев и дыр", "гранж" и т.п.

Необходимо отметить, что альтернативные ценности контркультуры, центральное место в системе которых занимает ценность самоосуществления, оказали значительное влияние на изменение профессионального самосознания дизайнеров одежды, которые в своем творчестве стремятся реализовать установки на свободное развитие творческого и гуманистического потенциала каждого человека.

С 1977 года сильное влияние на дизайн одежды оказывала субкультура панков, у которой мода заимствовала сильный эпатирующий элемент, новые "неоновые" цвета. Одно из последних влияний молодежной субкультуры выразилось в стиле "гранж" ставшим популярнейшим стилем в 1992 - 1994 гг. Центральным образом, характеризующим этот стиль и заполнившим страницы модных журналов стала маргинальная личность (бомж, бродяга, ншций), что дало для определения этой тенденции в массовой моде как "маргинальный шик".

В 1994 - 1995 гг. дизайн одежды вновь ощутил влияние субкультуры панков - появился стиль "неопанк" (яркие цвета, синтетические материалы, агрессивные аксессуары), правда, в отличие от стиля "гранж", который действительно возник в недрах молодежной субкультуры, а затем был трансформирован дизайнерами одежды, "неопанк" 90-х годов скорее можно отнести к одному из вариантов стиля "ретро".

Современная культурология склоняется к тому мнению, что субкультуры своим творческим потенциалом перекрывают значение господствующей культуры, и для того, чтобы успешно осуществлялся процесс развития, в культуре необходимо должны присутствовать инновационные субкультуры, являющиеся практически неисчерпаемым источником возникновения новых идей. Таким образом, структура постиндустриального общества, состоящая из множества разнообразных и равнозначных сосуществующих параллельно субкультур, является причиной и источником разнообразия, основой эстетического плюрализма в культуре в целом, и в сфере дизайна одежды в частности.

9 Оборонко В.И. Западные молодежные субкультуры 80-х годов. Научно-аналитический обзор. М, 1990.

в 70 - е годы стал стиль "унисекс" (характерное для постмодернистского мышления заявление одного из создателей этого стиля, Жака Эстереля: "В современном мире различия полов часто искусственны и устарели"). В 8 0-е годы тема культурной маргинальности получила свое дальнейшее развитие в дизайне одежды. С одной стороны, она выражалась в популярном стиле "секси", предлагающим эстетический образ, опровергающим традиционные представления о морали: образ женщины, открыто демонстрирующей свою сексуальность, соблазнительницы или проститутки (например, образы, созданные А. Алайя для Тины Тернер или Ж.-П. Готье для Мадонны). С другой стороны в культуре и обществе 80 -х -начала 90- х годов легализуются сексуальные меньшинства, их ценности признаются новой моделью культуры и оказывают сильное влияние на многие тенденции в искусстве, театре, кино, музыке и т. д.

Одним из первых это направление в своем творчестве отразил Ж.-П. Готье: его коллекции мужской и женской одежды с 1984 года демонстрировали эстетические образы, характеризующие для субкультуры сексуальных меньшинств. Показ мужских коллекций готовой одежды в Милане сезона осень-зима 1990 г. продолжил эту тенденцию: "Когда в Милане открылся показ моды под девизом «La dolce moda», по Италии прокатилась волна шока. Газета «La Republica» придумала название, характеризующие нежные тона и мягкие линии Джоржио Армани -"molaccione", то есть "придурковатые". "Л Tempo" назвала их "модой для третьего пола", то есть "яркие, соблазнительного характера, женственные модели на юношах с хорошей внешностью". Дизайнер Мариучча Манделли считает, что наблюдается смягчение, размывание стереотипов полов".7

В 1993 - 1994 гг. этот стиль проникает и в промышленную массовую моду.

Если принять определение, что «культурная маргинальность - это определенное отношение тс ценностям данной культуры, в которое может вступать любая группа данного социума в зависимости от экономических, политических, духовных и других факторов»8, то к маргинальным субкультурам можно отнести и многочисленные молодежные субкультуры, существующие в западном обществе и влияющие на моду последних тридцати лет.

Модельеры уже в 60 - е годы многое заимствовали из внешних атрибутов субкультур битников и рокеров, джинсовый стиль пришел из субкультур хиппи и левого студенчества конца 60-х годов. Особое влияние на формирование облика современного человека оказала субкультура хиппи, так сильно изменившая привычный взгляд на отношение людей к одежде. Эта богемная и студенческая субкультура имела следующие особенности, важные для последующего развития культуры:

7 Menkes S/ Soft lines, sweet colors in Milan give Italian macho image a iolt/ // Time, 1989, July 11.

8 Шапинский В А. Циг. прого. с. 17.

установки и культурные нормы не являются обязательными. "Существующие в культуре запреты сознательно или несознательно нарушаются людьми на периферии цивилизованного мира. Освоение субкультур и других культур, ранее находившихся на периферии цивилизованного мира (мир детей, молодежные субкультуры, культуры стран "третьего мира", первобытное искусство, другие маргинальные субкультуры) является важнейшим средством осуществления модной инновации".

Наряду с базовыми существуют периферические субкультуры, в которых культивируются черты, менее развитые или вовсе не развитые в центральных субкультурах. Постмодернизм реабилитирует те творческие парадигмы, которые оттеснялись на периферию культуры. Именно эти субкультуры обладают гигантским инновационным потенциалом, который осваивает современная мода.

Начиная с 60 - х годов дизайнеры одежды заимствуют идеи из тех областей, которые ранее существовали на обочине официальной моды: из стихийной уличной моды, в молодежных субкультурах (битники, рокеры, хиппи, панки). Под влиянием развития средств массовой информации, массового духовного и материального производства, демократизации общественной жизни "культура приобретает новое измерение, поскольку на смену традиционным оппозициям "духовное-светское", "высокое-народное" приходит нерасчлененное целое массовой культуры, точнее культура масс, где дух толпы приходит на смену "высокому"искусству, народному духу или корпоративному этосу. На смену традициям, ценностям, запретам, авторитетам приходят иррациональность, подражательность"?4 И стихийно складывающиеся эстетические предпочтения улицы стали определять характер коллекций дизайнеров одежды: от М. Квант и Т. Одхэма в 90 -е годы.

К. Лагерфельд признался: "Я беру свои идеи отовсюду, но использую их по-своему. Модельер, который пренебрегает улицей - глупец. Именно улица питает моду последних двадцати лет".5

Человек массы становится господствующим социокультурным типом общества: "Если в предшествующие эпохи маргинализированные индивиды были скорее исключением в социуме, то в эпоху господства массы уже "человек культуры" становится неким исключением (...) культурная маргинальность (и ее субкультуры) пришли на место социальных норм и ценностей самой культуры".6 А И с семидесятых годов ценности маргинальных культур заняли свое место в новой модели культуры. Все это не могло не отразиться в моде и коллекциях дизайнеров одежды.

Первым знаком изменения отношения к бывшему ранее под запретом

3 Гофман А.Б.. Обновление и модные циклы // Техническая эстетика-1990, №4.

4 Шапинский В.А. Культурная маргинальность как соц.философ. проблема.Афтор.диена  
соис.учен.степ.канд.философ.наук.М, 1990.

5 Даритон Н. Цитат.произ. с. 12.

6 Шапинский В А. Цитата произв. с. 12