

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ

İxtisas: 050321– DİZAYN

Qrup: 703

B U R A X I L I Ş İ Ş İ

Mövzu: Прогностический анализ современной молодежной
МОДЫ

Tələbə: Həziyeva Təhminə Fazil qızı

Rəhbər: dos.Qasımova Elfanə Nəsimi qızı

Kafedra müdiri: s.ü.f.d.Məmmədova Lalə Hamlet qızı

BAKİ – 2018

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ

Fakültə “Texnologiya və dizayn” Kafedra “Dizayn”.

İxtisas: 050321– DİZAYN.

Təsdiq edirəm:
Kafedra müdiri

“ 04 “ yanvar 2018

BURAXILIŞ İŞİ ÜZRƏ
TAPŞIRIQ

Qr.№ 703 Həziyeva Təhminə Fazil qızı
(soyadı, adı, atasının adı)

1.Mövzunun adı: Прогностический анализ современной
молодёжной моды

Universitetin « 04 » yanvar 2018-ci il № 2/4/2018
əmrilə təsdiq edilmişdir.

2.Mövzu üzrə tapşırıq: Прогностический анализ современной
молодёжной моды

3.Hesabat – izahat yazısının məzmunu / işlənəcək sualların siyahısı /

1.Введение 2.Определение моды. 3.Механизм зарождения и распространения
моды. 4. Мода для одного и для тысяч.5.Сущность молодежной моды в
условиях современности 6.Определение молодежной (уличной) и высокой
моды. 7.Клаблэнд - возможность мультивыбора 8.Мода XXI века 8.Новые
модные стили как генераторы молодежной моды 9.Кульм молодежной моды
10.Реформаторский потенциал молодежной моды

4.Qrafiki materiallar _____

5.Tapşırıqın verilmə tarixi 04 yanvar 2018-ci il

6.İşin təhvil verilmə müddəti 05 iyun 2018-ci il

TƏLƏBƏ _____ T.F.Həziyeva
/imza/

RƏHBƏR _____ dos.E.N.Qasimova
/imza/

РЕФЕРАТ

на тему: «Прогностический анализ современной молодёжной моды»

выпускной работы студента группы 703 р

Газиевой Тахмины Фазиль кызы

Выпускная работа состоит из введения, трех глав, вывода и предложений, рисунков и списка используемой литературы.

В первой главе «Мода, как исторический феномен», состоящий из трёх параграфов, рассматриваются следующие вопросы: определение моды; механизм зарождения и распространения моды; мода как для одного, так и для тысяч.

Подобный расклад проблем позволяет с одной стороны дать конкретное определение моде, данное философами, искусствоведами, дизайнерами, с другой выявить механизм рождения и распространения моды. Благодаря такой постановке вопроса, были проанализированы высокая мода – «от кутюр» и промышленная ориентация – «прет – а – порте».

Большой интерес представляет вторая глава «Сущность молодежной моды в условиях современности», которая состоит из трех параграфов. Здесь сопоставляются понятия молодежной (уличной) и высокой моды, рассматриваются стили, получившие распространение среди молодёжи XXI века.

В третьей главе выпускной работы под названием «Молодежная мода и его прогностический анализ» проводится прогностический анализ как реформаторский потенциал молодёжной моды. В дизайне одежды – это прогнозирование выявляется в форме и структурных элементов одежды. Прогнозирование молодёжной моды основан на изучением закономерностей изменения структуры формы одежды во времени.

По результатам проделанной работы сделаны выводы и предложения.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	стр. 5
ГЛАВА I. Мода как исторический феномен	
1.1. Определение моды.....	7
1.2. Механизм зарождения и распространения моды.....	11
1.3. Мода для одного и для тысяч.....	13
ГЛАВА II. Сущность молодежной моды в условиях современности	
2.1. Определение молодежной (уличной) и высокой моды.....	17
2.2. Клаблэнд - возможность мультивыбора.....	20
2.3. Мода XXI века.....	23
ГЛАВА III. Молодежная мода и его прогностический анализ	
3.1. Новые модные стили как генераторы молодежной моды.....	28
3.2. Культ молодежной моды.....	32
3.3. Реформаторский потенциал молодежной моды.....	35
ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ	41
ЛИТЕРАТУРА	42
ПРИЛОЖЕНИЯ	43

ВВЕДЕНИЕ

Мода поражала, вызывала недоумение, изумляла воображение и ошеломляла с первого дня своего появления. Правда, этот день с точностью не установлен историками, однако многие специалисты зарождение моды относят к XIV веку.

Как же это было раньше, до зарождения моды? Первобытные люди носили шкуры зверей или одеяния, сшитые из них, которую и одеждой-то в нашем современном понимании можно назвать весьма неоднозначно. Существовала ли тогда мода – на волчьи шкуры, или более изысканные леопардовые? Вполне возможно, что какие-то из них ценились дороже или больше привлекали внимание, но вряд ли их меняли только потому, что они выходили из моды. Добыть шкуру было делом непростым – надо суметь снять ее с законного владельца, что было риском и имело определенные трудности. И это была устойчивая, веками не менявшаяся форма одежды.

А позже у различных народов – древние греки и римляне, скифы и монголы, китайцы и индусы – существовали свои, принятые только ими, определенные виды одеяний. Имелась ли у них мода? Вряд ли. Изменялась, а если быть точнее совершенствовались наряды медленно, хотя в определенной степени и отражали те изменения, которые происходили в стране, в национальной культуре. Не происходило в них той изменчивости, которая считается главным, отличительным показателем моды.

Ощущение моды появилось позже, в Париже, однако за право считаться «родиной» моды в течение столетий пререкались многие земли и национальности. Принято считать, что возникновение моды связано с расширением производства тканей. Предполагается, что в XIV веке масштабное, всеобщая увлеченность разнообразиями одежды получило свое наименование. Слово «мода» происходит от латинского «modus», которое переводится как «способ, временное соглашение». В принципе, смысл этого

слова сохранился и по сей день, во всяком случае, он передает замысел нынешнего понятия моды.

Что происходило дальше? Мода стала распространяться в Италии, Англии, Испании. Модные игры нравились, были востребованны. Она переступала через самые строгие границы, ломляла традиционные виды одеяний, диктовала свои правила.

Молодёжь и мода представляет собой широкое поле для исследований. Несмотря на то, что уже предпринимались попытки изучения модных тенденций, все они проводились как правило социально. В последнее время учеными трактовка моды велось в 2-х направлениях:

- 1) философско – историческом, затрагивающем, обычно, социально – политические аспекты;
- 2) эстетика – искусствоведческом – когда объектом исследований, становилось, например, авангардное искусство как форма творчества.

Определенный периоды молодёжной активности рассматривался исследователями, причем особое внимание привлекали формообразования молодёжного протеста 1960-х годов. Влияние молодёжных течений моды на общество и вытекающие отсюда социальные изменения были проанализированы в работах А.Тоффлера, К.Мангейма, М.Султановой. Современные молодёжные субкультуры были описаны в работах Р.Хойбнера и Т.Полемуса.

Понятие «молодёжная мода» немного расплывчато, так как оно подразумевает не только модную тенденцию на одеяния, но и определенный подход к выбору предпочтений. В данной выпускной работе наше внимание сконцентрировано, в основном, на одежде как одном из базовых параметров молодёжной моды.

I ГЛАВА. МОДА КАК ИСТОРИЧЕСКИЙ ФЕНОМЕН

1.1. ОПРЕДЕЛЕНИЕ МОДЫ

История моды обогащена изменениями и событиями. Не приходится удивляться тому, что многие философы старались как-то обосновать, понять данное явление.

Философ обращал свое внимание на ту деспотическую власть, которую мода приобретает над людьми, на то, как искажает истинную человеческую сущность, естественный облик индивидуумов. И не смотря на это Шефтсбери признает и благотворное влияние моды, называя модными господами тех, «кому природный добрый гений или сила хорошего воспитания придали чувство того, что изящно и пристойно по самой своей природе».

Мода была равнодушна к красоте, хотя понимание красивого в разные времена было различным. Об этом также пишет английский философ XVIII века Томас Рид в своих «Лекциях об изящных искусствах». Он обращает внимание на то, что мода создает иллюзию значительности человека, если он следует ее рекомендациям.

Любопытные рассуждения о моде мы находим у немецкого философа Иммануила Канта в его сочинении «О вкусе, отвечающем моде». Он является одним из первых, кто дал определение значению слова «мода»: «Закон этого стремления казаться не менее значительным, чем другие, и именно в том, причем не принимается во внимание какая-либо польза, называется модой». Без пользы – просто подражание – подчеркнем эту фразу, высказанную по отношению к моде. Может, она именно этим нравится нам, своей видимой бесполезностью? В ней нет определенной внутренней цели, как считал Кант, относя ее «к тщеславию». Было бы несправедливо остановиться только на этой части его определения, ибо дальше он пишет о том, что в той же степени мода «относится и к рубрике глупости, так как при этом имеется некое принуждение – поступать в рабской зависимости

исключительно от примера, который дают нам в обществе». И завершает: «Всякая мода уже по самому своему пониманию представляет собой непостоянный изменчивый образ жизни». Кант не видел, не выражал в понятиях о моде каких-либо достоинств и положительных качеств.

А вот Гегель отмечал, что мода хорошо влияет на нравы, и определенно брал ее под свою защиту. Он считал и говорил: «Издавна французам ставили в упрек легкомыслие, а также тщеславие и стремление нравиться. Но именно благодаря этому стремлению быть одобренными, понравится они достигли высшей тонкости светского обхождения и именно этим самым с особым успехом возвысились над грубым себялюбием первобытного человека. Ибо это обхождение состоит как раз в том, что-бы за своими интересами не забывать другую личность».

Книга Н.В.Рейнгардта «Социальное и экономическое значение моды», была посвящена исследованию моды не с эстетической точки зрения, а с экономической и социальной. Автор считал, что мода рождается под влиянием двух факторов: стремления нововведения и склонности к подражанию, в чем он, разумеется, был прав, хотя на данный момент мы могли бы пополнить его наблюдения.

А.В.Даль в своем знаменитом словаре, к примеру, определял моду как «ходячий обычай; изменчивую прихоть в повседневном быту, в обществе, в крое одеяний и в нарядах».

Однако и с этим определением можно согласиться только отчасти. Моду исследовали и продолжают изучать социологи и экономисты, психологи и искусствоведы, историки и художники – благо материала для этих исследований она дает более чем достаточно. Мода стала естественной частью искусства костюма. Сами дизайнеры например, относятся к ней особенно серьезно. Так, известный французский кутюрье Пьер Карден выдал такое определение: «Мода – это способ выражения. Иными словами, мода – это воссоздание индивидуальных качеств определенной личности в социальном и моральном аспекте».

Моду принято считать безобидной игрой фантазий и капризов людей. Отмечают, также что только благодаря моде возможно избегать жесткой тирании обычаев, традиций. Мода позволяет личности выразить себя, подчеркнуть свою индивидуальность. Хотя одновременно мода, предоставляющая личности определенный, принятый большинством стандарт, несомненно, делает выбор легче для человека. Мода, соединяя под своими «знаменами» сотни, тысячи людей, создает некое ощущение объединения.

Моду рассматривают по отношению к искусству, объединяя их или, наоборот, противопоставляя друг другу.

В век научно-технической революции возникла настоящая мощная «индустрия мод» так называемое разделение модных тенденций. Она использует научные достижения и прогрессы техники для создания новых, неизвестных ранее материалов, позволяет производить модную одежду, обувь и прочее в любом востребованном количестве. Изобретенные химиками синтетические и искусственные материалы – нейлон, полиэстер, капрон и другие, завоевав популярность, очень быстро становились модными и доступными. Однако, когда стих ажиотаж, вызванный с новинками, мы вернулись к проверенным веками тканям и материалам, в которых так комфортно и естественно ощущает себя человек и в жаркую, и в холодную погоду.

Химики со временем воссоединили натуральные и синтетические волокна так, что они стали обладать достоинствами и положительными свойствами и тех, и других – приятны в эксплуатации, гигиеничны, легко стираются, прочные. Разве стоит называть изменения подобного рода в моде изменчивой прихотью? Согласитесь, что нет, это жесткая логика, естественное развитие науки и промышленности. Новое привлекает внимание, испытывается временем и естественно подвергается коррекции. Так можем сделать вывод мода в наше время идет рука об руку с научно-техническим прогрессом и в определенной степени способствует ему.

Однако и это положение относительно, так как известны случаи, когда мода уклонялась и соблазнялась формами и сочетаниями давно прошедших десятилетий, черпало вдохновение в давно позабытом.

1.2. МЕХАНИЗМ ЗАРОЖДЕНИЯ И РАСПРОСТРАНЕНИЯ МОДЫ

Механизм зарождения моды был обнаружен вскоре после ее появления, и открытие его было чрезмерно важным событием для тех, кто профессионально занимался модой. Мода приманивала сторонников, и чем больше их было, тем больше был доход от новой модной идеи. Так как на моду изначально работали тысячи мастеров и умельцев, она способствовала развитию ремесла, а в последствии и промышленности, была причиной оживленной торговли. Поэтому, можно высказать мнение, что вскоре стали очевидными два обстоятельства. Первое – моде нужны обеспеченные покровители, которые способны оплатить ее весьма немалые счета. Но богатые заказчики, обычно, стремились одеться уникально и начинали поощрять моду только тогда, когда собирались уже отказаться от нее.

Однако было и второе обстоятельство. Ремесла и торговля расширялись, требовались более широкие рынки для сбыта продукции. Мода стремилась завоевать как можно больше внимание людей, она жаждала настоящей, масштабной популярности. А этот фактор уже зависел от того, насколько широкой, доступной и оперативной будет информация о моде. И в давние времена и в нынешнюю пору такую информацию распространяла улица, народ, толпа. Люди узнавали о том, что носят, в театрах, на празднествах и торжествах. Однако отметим, что уже в XVII веке стали предприниматься первые попытки осознанно распространять моду. Изначально в Лондон, а затем и в другие столицы стали ввозить восковые куклы из Парижа, также манекены – большую и маленькую Пандоры. На данный момент эти куклы-манекены в нарядах и платьях, которые были модны в первой половине XVIII столетия, можно увидеть в парижском музее моды Гальера. Манекены и платья были изготовлены столь искусно, что точно передают очертания платья, эффектно выделяют достоинства ткани и отделки и даже то, как платье сидит на фигуре.

Даже в далекие времена мода не знала границ.

Однако это только начало. Во второй половине XVIII века начали появляться первые журналы мод. Сначала в Англии в 1770 году – “The Lady’s magazine”, затем во Франции - «Галантный Меркурий», потом в Германии, Италии и т.д. К их изданию были привлечены самые известные художники. Модели прорабатывали со скрупулезной точностью, чтобы ни у кого из читателей не возникало никаких вопросов относительно количества бантов или воланов, типа ткани или орнамента кружев. Самым популярным журналом вскоре стал “Gallery of Fashion”.

С тех самых времен именно журналы стали самым точным источником информации о моде, однако не только о ней. Воссоздавая на своих страницах работы наиболее известных модельеров-художников, они пропагандировали тенденции в одежде и умение носить платье и наряды. Художники утверждали своё имя, становились популярными, оказывали влияние на широкие слои населения, превращались в законодателей моды.

Англичанин Шарль Фредерик Ворт, совершивший переворот во французской моде, царствовал в ней около сорока лет. Именно его мы можем назвать основателем четкой системы модных фирм – прославленный «от кутюр», так называемая «высокая мода». Качество и мастерство исполнения моделей при нем было доведено до совершенства. Он использовал новые методы распространения моды – показ моделей на манекенщицах, правда, тогда их называли по другому – «дублерами». И первой манекенщицей была именно его жена. Сознательно вводил в моду те ткани, выпуск которых считал необходимым. Иначе говоря, по-настоящему стал использовать механизм зарождения и распространения моды.

1.3. МОДА ДЛЯ ОДНОГО И ДЛЯ ТЫСЯЧ

Однако отметим, что прежде чем стать индустрией, мода просто обязана была сделать еще один, решающий и значительный шаг, прорыв. Мода могла рассчитывать на популярность и востребованность только в том случае, если ее находки и открытия появлялись на прилавках и на улицах достаточно большим тиражом. В те времена, когда платье изготовлялось вручную и каждая модель была неповторимой и уникальной, рассчитывать на это было трудно. Изначально изобретение швейной машины, после появления мощных прядильных и ткацких станков, появилась возможность создать и швейные фабрики, которые могли производить модели в любом требуемом количестве. Правда, иногда приходилось в заметной степени упрощать модели, чтобы процесс раскроя и «сборки» платья или наряда можно было пустить на поток. Промышленность несомненно справилась с этой задачей, да и мода пошла ей навстречу, постепенно отказываясь от уникальности и излишнего убранства в повседневности. И это было в духе нового времени.

«От кутюр», созданная Воротом, процветала, набирая обороты. Уже в начале XX века она объединяла около двадцати Домов мод, которые были под руководством прекрасных художников – сыновей знаменитого Ворта, Дусе, мадам Пакен, мадам Лаферьер, сестры Калло, Редфери и другие. Их модели изысканны и шикарны, рассчитаны на знаменитых актрис, богатую аристократию и крупных буржуа. Однако уже в ту пору можно обнаружить и первые задатки грядущих перемен в моде – переход к более демократичному, свободному, практичному и доступному наряду.

Однако с полной уверенностью можем отметить, что именно с приходом блистательного художника Поля Пуаре мода осмелилась сделать новый шаг. Если раньше художники, работавшие до него, удовлетворялись использованием ткани, изготовленной другими, Пуаре же в свою очередь стал сам разрабатывать и предлагать необходимые ему рисунки тканей и

виды отделки. Он усердно пользовался театрализованными показами мод, мастерски мог оформить витрины Дома и организовал рекламу. Его модели широко публиковались в модных журналах.

Поль Пуаре готовил показы к каждому предстоящему сезону: весна – лето, осень – зима. Эта традиция живёт и по сей день: промышленность, работающая на моду, подчиняется ей, представляя свои новинки и перемены к каждому сезону.

Новая мода, декларирующая простоту и свободу, позволяла перевести на промышленные масштабы изготовление одежды, что прежде являлось привилегией портных. Промышленность – текстильная и швейная, стала развиваться очень быстрыми темпами. Рядом с «от кутюр» появилась «прет-а-порте», или как можно сказать по другому мода, ориентированная на массовую промышленность. Это разделение существует и по сей день, правда, время и сюда внесло свои поправки.

Какое-то время высокая мода и мода промышленной ориентации существовали параллельно и демократично друг от друга. В одежду «От кутюр» переодевался состоятельный класс, отличаясь уникальностью и неповторимостью своего исполнения. В «прет-а-порте» все было по другому – большой тираж каждого изделия, простота и комфортность, недорогой материал и полная неизвестность – дизайнер разработавший на производстве ту или иную модель, оставался анонимным. И так продолжалось до тех пор, пока в дело не вмешался Пьер Карден, которого можно назвать не только талантливым дизайнером одежды, но и истинным реформатором моды.

Он поддержал Андре Куррежа, который попытался выйти за строгие рамки «от кутюр», направляя свои модели массовому потребителю. И пошел дальше, так в 1960 году Карден стал увеличивать количество своих моделей, чтобы все желающие смогли носить их. Момент для этого шага был выбран определенно удачно: молодежь искала свой индивидуальный стиль в одежде. Карден распространял не только задумку костюма, созданного в стиле высокой моды, но и качество исполнения. Карден поднял «прет-а-порте» до

уровня «от кутюр». Этого высокая мода простить ему не смогла. Произошел скандал в благородном семействе французских модных домов, и Пьер Карден был изгнан из профсоюза, считавшего, что высокая мода не должна иметь ничего общего с массовым производством.

Из тысяч разнообразных моделей, из многочисленных идей, предлагаемых промышленности и потребителю, только некоторые воплощаются в жизнь и уж совсем считанные одобрены массами.

Не случайно вопрос о том, что будет модно в следующем сезоне, мы обычно задаем дизайнерам, доверчиво ожидаем, что они ответят, а потом гадаем, откуда же они об этом узнают. А ведь с тем же успехом можно задать этот вопрос прохожим на улице – то, что большинство сочтет приемлемым носить, то и будет в моде.

Но, как это всегда и бывает в моде, - все, что ее касается, требует оговорок.

II ГЛАВА. СУЩНОСТЬ МОЛОДЕЖНОЙ МОДЫ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОСТИ

Мода может рассматриваться как особый вид группового настроения в отличие от настроения отдельного индивидуума. Массовое настроение можно охарактеризовать высокой степенью заразительности, способностью мгновенно передаваться от одних социальных групп людей к другим. В связи с этим, можно сделать вывод, что мода может рассматриваться и как резкая перемена общественного настроения.

Мода - это своеобразная форма социально-психологического контакта, общения. В свою очередь общение - сложный многосторонний процесс, выступающий параллельно и как социальное взаимодействие личностей, и как информационный процесс.

В общении мода выступает прежде всего в качестве особого социального показателя – знака - различителя и носителя информации о характере общения, существующего между человеком и какой-либо социальной группой. Такую информацию могут нести в себе звуки, цвета, линии, фигуры соматические признаки и модели нарядов, имена и прозвища, которые дифференцируют или идентифицируют людей.

Молодежь очень любит эксперименты, в том числе и с одеждой. А сейчас именно то время, когда высока потребность в самоутверждении и самореализации. Молодежная одежда поможет в создании неповторимого, демократичного и яркого образа.

Наверное, ничего запретного для молодежи не существует.

В данной работе молодежная мода будет рассмотрена в качестве своеобразного масштабного самовыражения, как эстетическая деятельность.

2.1. ОПРЕДЕЛЕНИЕ МОЛОДЁЖНОЙ-УЛИЧНОЙ И ВЫСОКОЙ МОДЫ

Специфика уличной молодежной моды заключается не только в том, что она устанавливает определенные стандарты, но и в том, что вместе с этим ее представитель должен быть самостоятелен. Поэтому представители настоящей уличной моды не просто покупают уже готовые изделия, а ищут их в специальных магазинах, где можно обнаружить оригинальные и недорогие комбинезоны и курточки, а также аксессуары. Привлекательную особенность изюминку гардеробу придают сшитые, переделанные и связанные в ручную вещи, или нестандартные находки из магазинов секонд-хенд. Особо ценятся оригинальные этнические вещи, привезенные из Африки, Индии и т.д.

Молодежь является очень мощной потребительской группой, которая находится в постоянном поиске чего-то новенького. Она не просто создает модные течения, но и преобладает еще большей силой: если ей понравится какая-либо марка одежды или обуви, молодое поколение возводит ее в ранг «единственно модной». Особенно это характерно например, для рэперов, роллеров и им подобных, так как они предпочитают одеваться в основном в одежду спортивного стиля и компании-производители могут быть только крайне признательны им за то, что их марка оказывается популярной. При этом производители обязаны соблюдать одну очень хрупкую грань: ни в коем случае нельзя демонстрировать, что они охотятся за этими представителями молодого поколения, наоборот, нужно сделать вид «случайного открытия». Молодежь должна быть уверена, в том что делает выбор сама.

Таким образом, формируется оригинальная, не ориентирующаяся на заранее спланированный стандарт, уличная мода и уличный стиль. Для нее характерны острота, образность, необычные длины, преувеличивающая пропорции, завлекающая цветовая гамма. Еще одна изюминка молодежной

моды – ее асексуальность. Какой бы она ни являлась за прошедшие 50 лет – смелой, дерзкой, вызывающей, наглой – «чувственности», «страсти» в ней не было. Даже «первые ласточки» молодежной моды – мини-юбки, хотя и казались по началу неприличными и неприемлемыми, по замыслу были «раскрепощенными», но не «привлекательными».

Несмотря на то, что уличный стиль, и пренебрежение одеждой зародились среди молодых слоев населения, они вскоре стали предметом торговли в бизнесе тех, кому за 30. Особенно ясно это видно на примере высокой моды. Одежда для молодежи, выставленная в ателье всемирно популярных дизайнеров, ассоциируясь исключительно с благосостоянием и социальным статусом, перешла в мир, заведомо огражденный от бедных.

Такое подражание молодежному стилю, при непрерывном воздействии средств массовой информации, подорвали изначальные цели как молодежной установки на «пренебрежения» одеждой, так и «племенного стиля». Классическими выраженным примером могут служить джинсы – один из убедительной особенностью простого человека, ставшей популярным у хиппи, - перестали поддерживать такое символическое значение, когда стали производить и продаваться под именем известных дизайнеров.

И так можем сделать такой вывод, что именно с этого момента, и начинается диалектическое взаимодействие уличной молодежной моды и высокой моды. Молодежный стиль, зарождается на улицах, очень часто она передает в себе символику протеста и оппозиционность, бросает вызов обществу посредством внешнего вида, вырабатывает собственные эстетические склонности. Позже эти образцы молодежной уличной моды жадно перерабатываются высокой модой в предвкушении тиража и предполагаемой прибыли.

Невзирая на то, что богатство возможностей современной молодежной культуры позволяет быть сегодня и панками, и новыми романтиками, и т.д., нельзя судить о том, что все эти субкультуры живы в идейном смысле. Если и произошло кратковременное возрождение моды и хиппи, то

исключительно в контексте моды, лишь сугубо эстетически. Ретроспективность, эстетические подражания, повторения, копирующие внешний облик уже переживших свой расцвет молодежных субкультур являются типичной чертой сегодняшней высокой моды, которая, по мнению авторов, на протяжении многих лет только и занимается цитированием а, в некоторых случаях, даже полным копированием стилей и фасонов незабытого прошлого.

Несмотря на то, что на данный промежуток времени, например, вернулась мода на наряды хиппи – яркая палитра цветов, джинсы украшенные вышивкой, бусы, удлиненные прямые волосы – сам дух и идеология «детей цветов» остались давно в прошлом. Поэтому корректнее будет высказать мнение, что вернулась мода «на хиппи».

Тем не менее не забудем упомянуть, что и по сей день существуют настоящие хиппи, пытающиеся сохранить верность исходным установкам некогда массового движения. В итоге возникает своеобразное наложение, дублирование настоящих хиппи их клонами из высокой моды. То же самое можно сказать и о «новых панках» из последней коллекции известных итальянских дизайнеров Дольче и Габана, и о периодически появляющемся на Западных подиумах «гангстерском» стиле, списанным с субкультуры тедди-бойз.

2.2. КЛАБЛЭНД – ВОЗМОЖНОСТЬ МУЛЬТИ ВЫБОРА

После «мирового шествия рейва», воссоединившего практически все молодое поколения мира в единое сопереживающее и со ощущающее разно народное племя, его члены начали постепенно перевоплощаться в тусовщиков, которым нравится проводить время на тематических вечеринках в ночных клубах. Они уже не относят себя к какому-либо определенному молодежному течению, той или иной культуре. Тусовщики получают удовольствие от беспорядочных путешествий через все стили одежды и музыки. Темы в клубах никогда не стоят на месте: можно попеременно быть в стилистически реконструированных 1950-х, 60-х, 70-х или 80-х годах. Это скольжение наиболее полноценно определяет тусовщиков, назовём их «клубберами» (англ. Club)

Для обозначения современного молодого мировоззрения и подхода к одежде Тед Полемус ввел такое понятие, как «клубленд». Клубленд, по Полемусу, не знает ни времени, ни места. В соответствии с установками теории постмодернизма это называют параллельностью, имеющими место быть одновременно в прошлом, настоящем, будущем. Линейная история при этом разрушается и становится неуместной, все одновременно возможно и доступно.

Клубленд – это так называемый, супермаркет стиля, где в продаже есть все времена и все стили. Можно воссоздавать свою персональную марку, подбирая на свой вкус, например, яркие хипповские брючки, пару скинхэдовских грубых ботинок, коктейльное леопардовое платье 50-х годов, парик или макияж в духе рок-н-рольного Лондона.

Тусовщики могут выжить на постоянной модной диете из ностальгии, но она всегда употребляется с насмешкой и иронией. Это, иными словами, не просто ретро, где живут прошлым, а ироничный ретро-аспект настоящего времени. На любой вечеринке подобного рода внешний вид тусовщиков предполагает и такое прочтение: «Я не тот, кем я кажусь». Клубленд,

другими словами, - это шутливая деятельность, игра, где выдаются намеренно неправдивые сигналы – а это как раз и есть реальный вид 90-х, постмодернистское правдоподобие, построенное на напыщенной неискренности.

Клаблэнд – место, по преимуществу заселенное молодежью, место, где каждый обязан знать точное значение футболок, эмблем, обуви на платформе, панковских бандажных брюк, накладных ресниц и т.д. В то же время Полемус, например, считает, что Клаблэнд не является пустышкой, местом без смысла. Все обстоит по-другому.

Словарь этого дискурса составлен из всех устарелых символик, символов – клише Старого мира, но после того, как они были изменены в ходе их помещения в обновлённый контекст, с его нелогичным сопоставлением. Когда нынешние тусовщики одевают такую стилизованную одежду, они поддаются определению не только как Хиппи, Моды или Панки, но и как сверх молодёжные культуры в общем. Их невербальное послание вполне объяснимо: «мы за пределами всего этого, мы играем с данной ерундой, мы – хамелеоны, мы любим перемены, мы – постмодернисты».

Клаблэнд – мир бесконечных отрывков и разнородности. Каждый вечер возможно выбирать различные музыкальные стили: Техно, Регги, Эйсид-джаз, Джангл, Индастриал, Хардкор, Рок-н-ролл, Гараж, Рэп, Бритпоп, Диско, Транс и так далее. В одном смысле – это просто музыкальные стили, но в ином – каждый несет своеобразную идеологию. Каждый – содержит в себе определенное заявление, точку зрения, подпись, свой путь.

В былые времена авторы журнальных статей о молодых поколениях сразу бы попытались определить и дать название каждому новому появляющемуся молодежному стилю, однако на данный момент такое наложение клише практически не реально. Невозможно из-за самой текучести, которая и является непосредственно сущностью Клаблэнда. Параллельные миры пересекаются, сливаются ненадолго, затем расщепляются и в конце концов забываются. Теперь декорации, после

своего возрождения, долго резонируют до тех пор, пока средства массовой информации не смогут, наконец, приклеить к ним какой-нибудь ярлык.

Клаблэнд – это мировоззрение, фрагментация, сюрреалистическое сопоставление и соответствие, яркое воплощение образа постмодернизма. Однако не обязательно идти в клубы, чтобы стать тусовщиком. Как уже отмечалось, многие понимают это и как состояние разума - «беспорядочная капризность любования и отбрасывания, входа и выхода, чувство нонсенса и нонсен чувства» (Т.Полемус).

Здесь слишком много всего: много истории, разнообразных газет и журналов, каналов на телевидении, людей, с которыми приходится через-чур много общаться. «Клабберы» не могут завладеть ими всеми, и по этой причине берут по кусочку всего.

Клаблэнд стал одним из самых ярких представителей такого бытия, дистилляцией постмодернистского состояния со всеми его дилеммами и потенциалами. Клаблэнд, - утверждает Т.Полемус, - это кладбище мамонтов двадцатого века. Клаблэнд, таким образом, является «игривым» прототипом третьего тысячелетия».

2.3. МОДА ХХІ ВЕКА

Первые попытки представить моду будущего появились в 1960-е годы, после того, как человек первый раз побывал в космосе. Данное событие подвигло прославленных дизайнеров Пьера Кардена и Андре Куррежа на создание «коллекций космической эры», состоящих из комбинезонов, зауженных кожаных брюк, спортивные костюмы парашютистов с крыльями, как у летучих мышей, и облегающие шапочки-шлемы.

Переход в новое тысячелетие также является важным событием, способным оказать влияние на представление об нарядах грядущих десятилетий. Свое видение молодежной моды в ХХІ веке представил Тед Полемус в своей книге «Стилевой серфинг. Что носить в 3-ем тысячелетии?». Интересно привести здесь прогноз, сделанный им в 1996 году, и сравнить его с сегодняшней действительностью.

«К концу 1999 года урбанизированные, вестернизированные обитатели планеты Земля заполнят огромный собор Клаблэнда, чтобы ждать нового начинания. Они, вполне возможно, тоже будут представлять собой экстраординарное стилистическое разнообразие. Как бы то ни было, это разнообразие скорее будет отражать упрощение социального устройства, нежели сложный социальный уклад, каждую персонализированную, состоявшуюся личность, различное видение того, каким должен быть новый порядок. Если здесь и будет присутствовать страх, то это просто будет беспокойством о том, что во время боя курантов в полночь 31 декабря 1999 года ничего не изменится». Другими словами, Полемус предполагает, что «это столкновение стилистических видений будет составлять определяющую черту постмодернистского тысячелетия».

Однако он также предлагает и другой ход развития событий:

«Кроме такого варианта мы должны рассмотреть и иную возможность: не исключено, что исторический момент наблюдения зарождения нового тысячелетия будет генерировать в себе общий дух, который будет связывать

нас в единое ощущение Новой Эры, следующей за Постмодернизмом. Момент отсчета, когда все ностальгически смотрящее назад, с его бесконечными циклами возрождения возрождений, дает дорогу чему-то новому и свежему – «Новой Большой Вещи» - чему-то, что не является мешаниной того, что уже было. Точку, в которой наши вечно расширяющиеся, вечно умножающиеся, все более разъединенные вселенные потихоньку гибнут, паузу космического предвкушения и затем – ощущении мягкого, но эффективного рывка новой согласованной гравитационной силы, разворота к центральности... Если вход а 3-е тысячелетие будет таким, что вызовет чувство цели, направления, глобальной общности, то затем – как это часто уже случалось – такое согласие должно будет найти стилистическое выражение. Вместо использования нашего внешнего вида таким образом, когда он обозначает персональное различие, мы будем использовать внешний вид как «униформу», чтобы выражать общую цель и видение. Это не следует понимать в абсолютном смысле, как униформу с головы до ног, как в любом традиционном или племенном обществе. Вероятнее всего будет несколько логотипов, знаков отличия, украшений, покроев одежды или цветов, которые станут символом разделенной веры в «Новую эру».

Второму предположению автор нашел особенное подтверждение. Дело в том, что в начале 90-х, после отмирания повсеместной моды на черный цвет в 80-х, модные дизайнеры единодушно предложили белый цвет. Символизм этого был ясен: вместо материализма 80-х – новый проритуальный цвет, с претензией на невинность и на то, чтобы быть, чистым листом бумаги. Но как обычно это бывает с модой, мода на белый цвет пришла и ушла. Полемус, однако, считает, что такое предложение могла быть как бы «репетицией» более серьезного события.

Впрочем на подобную роль, считает Полемус, также может претендовать и черный цвет. Как и вся постмодернистская мода «цитирования» он будет означать ретроспективу 80-х, но с новым аспектом – подражанием древним обществам с их религиозностью, торжественностью,

достоинством и ритуалом. В то время как белый – это цвет, ассоциируемый с постхипповым Сознанием Новой Эры, черный также имеет коннотативные связи с современным опытом духовного обогащения. Не только в молодежной среде, утверждает Полемус, но и «во всем мире возрос интерес к «позитивной силе» Черной Магии», а также к татуировке и пирсингу, что свидетельствует о возвращении к племенным атрибутам. «Может ли быть так, что экстатический восторг, который как кажется, лежит в центре всех наших поколенческих ожиданий, к началу третьего тысячелетия будет окутан плотным мраком ночи, нежели светом зари? И может ли вообще всеобщее чувство истории быть причиной подобного стиливого консенсуса?».

В конце концов Полемус опровергает оба предположения: «... я считаю трудным поверить в то, что любое такое согласие – видение, взгляд – может быть снова достигнуто. Каким бы великим ни было чувство такого события, как смена тысячелетия, я не могу представить, что это будет иметь эффект порождения универсального чувства общности и низвержения стилистического своеобразия.

Наше восхищение индивидуальностью, наше уважение к различному, наше недоверие к униформе уже слишком велики. Я не могу представить единственное, всеобъединяющее поколенное движение, которое будет охватывать нас всех в стилистической синхронизации.

Наша неприязнь к стилистической конформности определяется более фундаментальным недоверием к коллективизму. И к серьезному рассматриванию вещей – правильному, без иронического искажения. Вызваны первобытные инстинкты самозащиты, мы собираемся вместе, но не совсем, - в безопасности клэблэндской ментальности, изолированные защитным барьером пародии и игривости. Также как наша планета нуждается в биологическом разнообразии, так и мы нуждаемся в стилистических и идеологических различиях.

Вспоминая встречу 2000 года, можно отметить, что последнее предположение Полемуса оказалось вполне правильным. За четыре года,

прошедших с момента издания книги, практически ничего не поменялось, никакого стилистического единения, возможность которого предполагал исследователь, не произошло, и каждый встречал новое тысячелетие одетым по своему усмотрению. А культура Клаблэнда по-прежнему предлагает лишь яркость «цитирований в одежде».

Некоторые авторитетные представители мира моды видят одежду нового века как некий технологический скафандр, костюм-компьютер с вмонтированными мобильным телефоном, CD-плеером и другими электронными устройствами. В середине 90-х годов попытку создания подобной одежды осуществил известный французский модельер Оливье Лапидус. А в 2000 году на всемирной компьютерной выставке СеBIT была продемонстрирована женская бижутерия с электронной начинкой, к примеру, серьги и броши, обеспечивающие выход в Интернет.

По нашему мнению, молодежная мода третьего тысячелетия будет вбирать в себя различные художественно-эстетические установки и современные способы преобразования предметной среды. Так, например, во времена активного внедрения компьютеров в жизнь в середине 90-х годов появился стиль кибер-панк, отражающий в себе эстетику компьютерного пространства – неоновые цвета, символика интегральных схем и т.д.

Вплетая в них социально – духовные установки для молодежи и воссоздавая, таким образом, новомодные стили. О каком – то едином стиле моды молодого поколения говорить тем не менее не приходится.

Вообще история показывает, что на практике уличная молодежная мода, несмотря на диктат высокой моды, каждые полгода меняющей свои образы и образцы, последние десять лет продолжает отдавать предпочтение удобным и практичным вещам: трикотажу и бесформенным брюкам, оставшимся в наследство от стиля «гранж».

Из выше сказанного можно, кажется, сделать вывод, что какие бы варианты одежды не предлагала в начале нового тысячелетия высокая мода,

их ассимиляция в молодежной среде произойдет не сразу, и скорее это будут лишь некоторые из них.

В истории молодежной моды достаточно отчетливо выделяются молодежные культурные образования, для которых характерны как определенные количественные параметры, так и качественные характеристики связанные, к примеру, с попытками формулирования собственной идеологической или же просто фиксируемой по имени яркого и устойчивого стиля одежды, а также сленга, музыки, манеры поведения, время припровождения и развлечения, что как раз и служит в данной работе основанием для их сепарации и систематизации.

Начиная с 90 - х гг. наблюдается процесс синхронизации отечественной и евро-американской молодежной моды. Благодаря средствам массовой информации, а также, отчасти, и известным политическим трансформациям в странах Восточной Европы и России, молодежная мода стала транснациональным и транскультурным явлением.

Характерно, что вновь возникающие теперь у нас субкультуры с самого начала получают одинаковое с западными образцами наименование (например, рейверы). Исключение составляют только, что новые романтики, которым довольно сложно найти аналог среди отечественных молодежных субкультур.

Представленный ниже обзор молодежных движений не претендует на полноту охвата и детальную подробность; он ставит перед собой достаточно скромную задачу: дать краткое представление о времени, наиболее очевидных причинах возникновения и угасания тех или иных молодежных субкультур, их специфических ценностях, «идеалах» и стремлениях. Метод, которым мы здесь пользуемся вполне может быть назван историко-феноменологическим. Он предстает здесь для нас в качестве попытки до-теоретического описания интересующего нас явления как определенной последовательности событий.

III ГЛАВА. МОЛОДЕЖНАЯ МОДА И ЕГО ПРОГНОСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

3.1. НОВЫЕ МОДНЫЕ СТИЛИ КАК ГЕНЕРАТОРЫ МОЛОДЕЖНОЙ МОДЫ

Базовые виды и формы молодежной моды продиктованы не столько рациональностью и осознанием, сколько чувствами и эмоциями. По этой причине вполне обоснованно, что базовое место в молодежной культуре занимает ни что иное, как мода – искусство, имеющее наиболее сильным эмоциональным воздействием и способное в большей степени полноценно выражать текучую человеческую эмоцию. В молодежной среде мода становится главным посредником для общения, служащим самовыражению личности. На сегодняшний день она занимает одно из самых важных мест в жизни молодежи. Социологические исследования доказали, если в середине 1960-х годов молодежь отводила модным тенденциям 4-е место среди других искусств, то во второй половине 1970-х – уже второе, а в начале 1980-х – первое.

Ядром культурно-эстетической консолидации в молодежной среде в настоящее время все чаще становится символика того или иного музыкального направления: музыкальная мода начинает объединять очередную молодежную когорту уже до того, как ее представители осознали потребность в общении и стали искать «своих». Неразрывность взаимоотношений музыки и молодежной культуры можно проследить начиная с первых же молодежных мод. Так, например, маскулинные ценности тедди-бойз был призван выражать рок-н-ролл, наиболее полно отвечающий духу данной молодежной субкультуры. Английские моды, культивировавшие импортные товары, не замедлили заимствовать и чужой стиль музыки – американский ритм-н-блюз, который выгодно подчеркивал их утонченность.

Самой духовно значимой музыка стала в период битников и хиппи. Причиной тому была популярность, такого понятия, как музыкальной медитации посредством так называемого ритуального джаза. Молодежь 1960-70-х считала натуральным признание приоритета чувственного опыта над правильным знанием, а также проповедь сближенности к природе, интерес к неизведанному, мистическому, таинственному. Она осмеивала традиционную литературу и искусство, выражалась против вербального общения, отдавая свое предпочтение невербальным. Именно в тот период джазовая музыка трансформировалась в формы, потребляемые однозначно только в молодежной моде битников и начинающих хиппи: экспериментальный свободный джаз и, так называемая, минимальная музыка новых «ориенталистов». С помощью такой музыки, нередко дополненной потреблением наркотических средств становилось возможным отдаление от реальности. Усиливая эмоции или, напротив, замораживая все чувства, то есть добивались духовного экстаза. Наиболее известные музыканты-экспериментаторы – Джон Кейдж, К.Штокхаузен – были тесно связаны с философствующей богемой. Последний высказывал молодежи: «Нас ждет такое, что можно сравнить с появлением первых растительных организмов из неживой материи, первых животных из растительного царства: новая ступень в развитии сознания».

Субкультура панков была тесно связана с возникшим параллельно с ней музыкальным течением «панк-рок». Музыкальные первоисточники панка восходят к творчеству уже упомянутого авангардного американского композитора Джона Кейджа и к минимализму с другой стороны, а с другой – к рок музыке. Идеология разрушения панков в конечном счете неразрывно связана с увеличением молодежной безработицы, но выливалась в формы асоциального протеста, причину которого опять-таки считали музыку. Агрессивная музыка с ускоренным ритмом, сопровождающаяся криками и нецензурными выражениями полностью соответствовала внешнему виду

панков. Повергало в шок и название одной из самых популярных панк-групп – «Sex Pistols».

Новые Романтики, проявление английской сцены 80-х, заявленные такими группами как «Duran Duran», «Depeche Mode», бурно и со скоростью «отцвели», однако успели повлиять при этом на прогресс поп-музыки и моды своего десятилетия. Будучи наследниками глэм-рока 70-х и в особенности Дэвида Боуи, они придерживались очень пышного и вычурного сценического стиля, в котором искусственность оценивалась превыше всего. Активно используя в своей музыке синтезаторы. Новые Романтики были основоположниками начала стремительному развитию электронной музыки, которая к началу 90-х годов заняла господствующее положение на музыкальном рынке и оказала серьёзное влияние на развитие молодежной моды.

Мода рейверов зародилась исключительно благодаря появлению новой электронной музыки – «эйсид-хаусе». Таким образом, в целом можем сделать вывод о том, что вся молодежная мода имеет как бы зафиксированный за ними музыкальный стиль. При этом, здесь наблюдается достаточно ожесточенная взаимная связь - представитель каждой культуры безусловно выступает приверженцем соответствующего музыкального стиля. Трудно даже предположить, например, панка, слушающего легкую джазовую импровизацию, или предпочитающего клубную музыку, слушающего гитарные пассажи «тяжелого рока». Это, естественно, не значит, что каждый из них обязательно, на дух не переносит, остальную музыку, но стилю образа жизни в такой ситуации все же отвечает только один стиль определенной музыки.

Вместе с тем, в последнее время события начинают развиваться в другом течение. Вариации электронной музыки множатся с нереальной скоростью, так же как и одежда молодого поколения, визуализирующая собой стилевой супермаркет. По этой причине сильная привязка «один музыкальный стиль - одна одежда» уже несуразна; вместо этого можно

увидеть весьма усложненную взаимосвязь музыки с одеждой, в которой, каждый тип электронной музыки может сочетаться с несколькими типами нарядов, не выходя, если честно, за пределы самой культуры, которая выражает собой как бы в раздутом от такого излишества виде. В последние времена наметилась еще одна интересная тенденция мода на формирования молодежных культур, при которой культуры возникают на основе определенного вида отдыха, современного вида спорта.

3.2. КУЛЬТ МОЛОДЕЖНОЙ МОДЫ

Миф о молодежи был зарожден в 60-х годах XX столетия, когда ее называли обладательницей особенной, не доступной никому иному истины, которой она обладает только потому, что она является молодежью. Крупнейшие представители западной культуры настроены были исполнять гимны для молодёжи, не зависимо от того, какие лозунги она выдавала на своих знаменах. Так, в 1970 году вышел в свет Микеланджело Антониони «Забриски-пойнт» - специфическое осмысление молодежного бунтарства конца 60-х; в финале фильма, героиня в буквальном смысле этого слова испепеляла взглядом, порождавшим огромный ядерный гриб, круживший обломками разрухи, ненавистный старый мир; а навстречу солнцу нового мира по-детски улыбалось молодое юное личико.

В начале нашего века Ортега-и-Гассет, уже в тот период увидев зарождение и распространение индивидуального культа молодости, решил наименовать его «полу смешным и полу постыдным феноменом нашего периода»: «все от малого до великого, - высказывался Ортега-и-Гассет, - подались в «молодые», прослышав, что у молодежи больше прав, чем обязательств...».

В настоящий период длительность времени социализации, не имение четко показанной грани между молодостью и зрелостью вызывает такое явление, как поэтапное вращение, молодежного поколения в более старшее. Это помогает растягивать состояние молодости на неопределенно долгий срок. Особо важно то, что на оставшиеся, немолодежные социальные группировки распределяются некоторые очертания и ценности, а еще эстетика молодежных культур, то есть все общество в целом становится в некотором смысле молодежным.

На сегодняшний день молодежь составляет большую социальную группировку – можно сказать около половины всего населения. И ее роль в культурной и общественной жизни жителей, казалось бы, что только

возрастает. В связи с этим в конце XX века появилось новое явление: если ранее молодые люди стремились все быстрее повзрослеть, то после со стороны взрослого поколения появилось встречное желание. Они пытаются как можно дольше сохранить свою юность, молодой внешний облик, в особенности, путем перенимания молодежного сленга, моды, поведения и способов проведения досуга.

Образовалась интересная и в каком-то смысле парадоксальная ситуация. С одной стороны, молодое поколение разными социальными институтами, массовым и социологическим осознанием воспринимается как особенная неординарная категория. С иной стороны, в процессе экспансии молодежных ценностей они становятся общедоступным достоянием, молодежный стиль пронизывает деятельность всего общества.

На сегодняшний день можно с определенной уверенностью высказать мнение, что в большинстве развитых стран молодость провозгласили культом: люди пользуются кремами с аминокислотами, помогающие выглядеть моложе своих биологических лет, перенимают вид молодежной одежды; в рекламных и кинематографических фильмах используется модная в молодежной сфере техно-музыка, потухшие звезды сцены предыдущих лет пытаются оживить былые хиты модными музыкальными обработками. В результате значительная часть шоу-бизнеса и легкой промышленности начали работать на молодое поколение.

В большей части это относится времяпровождения и развлечений, моды, производства одежды, украшений, обуви, косметики и т.д. Примером такого омоложения можем назвать, возраст лидирующих представительниц мира моды, так сказать фракция данной культурной области – моделей и фотомоделей. Отметим, что если в 50-е годы манекенщицы только начинали развивать свою карьеру в 30 лет, то сегодня возраст моделей сильно ограничен 14-22 годами. Участие во всевозможной рекламе, имеющей на сегодняшний день большое воздействие на формирование предпочтений и

интересов общественности, они по своей сути, формируют идеальный облик современной женщины.

Таким образом, можем сделать вывод, что практически не впервые за историю европейского человечества молодое поколение начало активно участвовать в формировании установок и потребностей общественности. Данный процесс, однако, оборачивается своеобразной его инфрантилизацией. Так же нельзя не пометить и сопровождающих культу молодости распространение некоторых отрицательных черт молодежной культуры, как наркомания. В общем то, культ молодости – довольно противоречивый процесс, но он оказывает серьезное воздействие на идеалы и ценности современного общества и именно поэтому нуждается в более углубленном анализе.

3.3. РЕФОРМАТОРСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ МОЛОДЕЖНОЙ МОДЫ

Не обращая внимания на то, что в данной работе мы рассматривали молодежные субкультуры, в первую очередь, с обобщенной культурно-эстетической точки зрения, они, не взирая ни на один факт, являются вполне разносторонними и в социально-идеологическом смысле. Это заставляет попытаться систематизировать молодежные культуры не только по исключительно эстетическим особенностям, а также и по имению идеологического мировоззренческого ядра, опираясь на факт имени социальной и идейной напряженности в стилизации разнообразной молодежной моды.

Самые кардинальные молодежные движения Запада, ставившие своей целью духовное преобразование общества и либерализм, зарождались, и это можно понимать, в быстро прогрессирующей демократической Америке. Пуристическая же Англия зародила субкультуры, представляющие собой преимущественно только эстетические явления. Причиной для этого можем предположительно, назвать то, что Америку практически не затронула Вторая Мировая Война. При этом отметим, что она не только пожалела, но скорее всего даже одарила ее. Здесь уже берет свое начало, так называемый поворот к позднему обществу изобилия. Данный прирост жизненных стандартов, довольно-таки, значительный по сравнению с военным временем, особо сильно закрепил буржуазное самодовольство американца. Этот унылый конформизм способствовал зарождению хотя и аполитичного, но духовно напряженного культа битников. Англия же в свою очередь была сильно изнеможена войной, по этой причине, реально то, что в начале материального поднятия истосковавшаяся по стандартному быту молодое поколение в первую очередь стремилось презентовать себя главным образом в том, чего долгий период была лишена – в одежде.

Что касается рейверов, то хотя первые массовые рейвы, давшие название этому движению, состоялись в Германии, музыка, играющая на них, прибыла из Америки. То есть родиной рейверов в идеологически-духовном смысле аналогично, может считаться Америка. Следует также отметить, что во второй половине 90-х идеологическое первенство поколения иксеров по праву перехвачено Англией. Такое различие стран, оказавших влияние на культуру поколения «Х», соответствует постмодернистской первооснованности Клабленда.

Представляется, что в активности молодого поколения возможно условно отметить периоды «холстые» и «созидательные». Под «холостыми» периодами молодежной актуальности предлагается принимать время процветания молодых образований исключительно эстетического характера, не имеющих влияния на политическую и социальную обстановку в обществе. А к «холстым» периодам можно отнести уже упомянутых тедди – бойз, рокеров, панков, и новых романтиков, английского происхождения, которые наблюдали за средствами бойкотирования официальной культуры в нарядах, музыке и манерах поведения.

И только у движения хиппи получилось предложить не просто моду на одеяние и музыкальные предпочтения, но и подходящий образ жизни, к которому призывали каждого, кто не соглашался с современным укладом общества. Конкретно в данном случае битники условно могут быть причисленными к хиппи, потому как хотя они и не выдвигали каких-либо политических требований и не предлагали особого обустройства общественной деятельности, но первыми указав на проблему, практически представляли собой первоначальную стадию развития движения хиппи; резкого противопоставления молодых субкультур тогда еще не было, что и выделяло их в созидательную молодежную культуру.

После созидательного периода хиппи наступила неизбежная фаза упадка панк субкультуры. Панки проявляли свой протест и недовольство по поводу реальности перевоплощения общества своим внешним видом,

совершенно не подходящем в рамки удобного осознания. Однако если, мы будем, следовать неумолимой жесткости логики, то время поколения X может стать следующим созидательным периодом в эволюции развития молодежной культуры. Однако, сопровождающего зарождение созидательных субкультур социального напряжения в молодой среде 90-х не наблюдалось. И этому есть вполне очевидное объяснение: нынешняя молодежная культура очень тесно связана с достижениями технического прогресса, особенно с компьютерами и Интернет сетью, и может без проблем воссоздавать в его сетях персональный альтернативный мир, противоположную культуру. То есть его созидательный потенциал может быть существенно перераспределен в виртуальные сферы.

В принципе, если мы будем проводить сравнение между собой созидательные периоды - времена хиппи и поколения-X - можно найти целый ряд общих черт. Те или иные навязывают своеобразный стиль жизни в качестве культурной альтернативы, призванной противостоять глобальному культурному окружению: хиппи – путем территориального уединения, хакеры – путем ухода в виртуальную сферу. При этом стоит отметить альтернатива реализуется во всесторонних проявлениях существования молодого поколения– от мира вещей, до мира идей. И те и иные отдают предпочтение путешествиям: хиппи, битники – автостопом, например, хакеры – по сетям Интернет паутины. Объединяющей чертой характеризующей и хакеров и хиппи можно назвать стирание половых дискриминаций: девушки в обоих случаях предпочитают брюки, юноши отталкивают понятие о «настоящем» мужчине - предпочитают субтильность и не агрессивность. И те и другие употребляют запретные препараты и изменяют свое сознание. У обоих направлений существует свой словарный запас, жаргон, вместо имен откликаются на псевдонимы и никнэм (от англ. языка «nickname»).

Одно из базовых различий между хиппи и хакеров в том, что хиппи – дети природы, а иксеры – дети прогресса. Хиппи выступали категорически

против каких-либо технологий, иксеры же напротив, открыты и, даже более, жаждут всяких электронных новинок. Хиппи – пассивны, иксеры наоборот активны. Хиппи отдавали предпочтение свободной одежде из натуральных материй и длинные естественные волосы – представители поколения-Х употребляют ежедневно наряды из пластика и винила, то есть, синтетику, их стрижки чаще всего короткие, часто с изменением натурального цвета.

Жизнь нынешнего подросткового поколения находится в тесной связи с достижениями технического прогресса, в частности с компьютерами и сетью Интернет. Всемирная сеть позволяет беспрепятственно воссоздавать в собственных сетях альтернативную реальность, культуру. Не взирая на это, надо отметить представители поколения-Х, впрочем как и хиппи, пытаются создать для себя альтернативный мир не только в паутине Интернета, но также и в обыденной жизнедеятельности: обувь на 10 сантиметровой платформе призвана как бы приподнимать их от остальной массы людей, позволяет парить над повседневной серостью; броская одежда со особой символикой разрешает признавать «своих», почувствовать потенциальное добро и поддержку с их стороны. Можно сказать, что это «народ в народе» – их визуальное отличие настолько сильно, что их вполне возможно сравнить с обитателями иных планет.

Подобное сокращенное сравнение позволяет сделать вывод о том, что цели и способы их достижения у этих созидательных молодых культур имеют сходство, а эстетика культур противоположна.

Поскольку предыдущая созидательная культура – хиппи – сыграла значительную роль в развитии культуры и общества, то можно предположить, что и культура иксеров, условно нами определенная как «созидающая», не только оставит заметный след в истории, но и сколько-нибудь серьезно повлияет на дальнейшее развитие европейского общества.

Культура хиппи не менее значима чем культура битников. Чтобы составить о ней более полное представление, необходимо погрузиться в настроения тех лет, в том числе и политические. События второй мировой

войны повлекли за собой кризис европоцентристского сознания, западной культуры и цивилизации вообще. Экономика ведущих стран - США, Англии и бывшего СССР - была основана на войне и насилии. В этой ситуации появились попытки найти «идеал» во внеевропейских, главным образом восточных, культурах и учениях. В тот период в молодежной среде популярными становятся идеи «духовной эволюции» человеческого сознания, в свое время сформулированные, как казалось многим молодым людям, гностицизмом, масонством и теософией...

Происхождение слова «хиппи» туманно, но некоторые склонны связывать его со словом «хип» (прослеживается связь с «битами» и «хипстерами»), которое на сленге негров джазистов обозначает интуитивную способность постижения качества звука (от англ. «to be hip» - знать, понимать толк).

Хиппи, подобно битникам, были выходцами из среды богемы и студенчества, а также включали в свои ряды представителей артистической литературной интеллигенции и рок-музыкантов, которые не испытывали материальных проблем и поэтому могли позволить себе тратить свою энергию на поиск «истинных ценностей».

Абсолютно новым по сравнению с предыдущим молодежным движением - битниками - было стремление хиппи жить «коммунами» с полной общностью имущества и всего жизненного уклада. Хиппи были сконцентрированы на литературе как средстве воспитания, в то же время в их среде неотъемлемыми были «наркотические эксперименты», призванные «расширить сознание».

В целом форма, выражение протеста хиппи оказались определены заранее заданными параметрами: социальным происхождением и средой обитания. Основными чертами культуры хиппи можно считать пассивное сопротивление общественной среде, наркотические опыты, игровое восприятие жизни, субъективность и идеализм.

Характер одежды хиппи, полностью отражавший их идеологию, можно проследить на примере группы «Веселые Проказники» (Merry Prankers) являвшейся предтечей и прообразом движения хиппи. Эта группа сформировалась вокруг Кена Кизи, известного миру в качестве автора романа «Полет над гнездом кукушки» (1962), в начале 1960-х. Именно с «Веселых проказников», вероятно, берет начало яркая, карнавальная одежда хиппи.

В последствии наиболее традиционной одеждой хиппи стали джинсы, как правило в крайней степени истертые, с различными заплатками и вышивкой, широкие свободные «цыганские» юбки, просторные рубахи наподобие домотканых или в цветочный рисунок, холщовые сумки наперевес в сочетании с повязками-обручами на голове и различными «ксивами» (амулетами, талисманами, знаками) и «фенечками».

Символика и экстравагантная манера хиппи одеваться имела свою философию. Так, например, длинные волосы - неперенный атрибут хиппи - призваны «сохранять энергию личности». Самодельные аксессуары «фенечки» (браслеты, медальоны, тотемы) - являлись закодированной системой знаков, понятных только посвященным. Многочисленные символы хиппи подчеркивают, как правило, пребывание вне общественных структур (символика пути, дорог, странствий, бродяжничества - рюкзаки, головные повязки, посохи). Популярна и символика сумасшествия.

Еще один неперенный атрибут субкультуры хиппи - символика детства, которая означает не вхождение в мир взрослых. Тот же смысл имеет и предпочтение самодельных вещей фабричным (символика бедности и грязи, естественности и природности). Следование девизу Руссо «назад к природе» призвано показать предпочтение самодельных вещей фабричным, натуральных тканей искусственным. Несмотря на прекращение массового характера движения хиппи, и сегодня на улицах городов можно встретить представителей данной молодежной субкультуры.

ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Замысел нашего исследования состоял в рассмотрении прогностического анализа современной молодежной моды. Подводя итог, сформулируем ряд положений, которые, как нам кажется, имеют центральное значение для всей работы:

1. Характер и значение молодежной моды обуславливается не только местом молодёжи в обществе, но и процессами, происходящими в культуре в целом.

2. Для культуры XXI века характерен своего рода возврат к первобытному противопоставлению «индивид - бытие», при котором происходит трагическое, экзистенциальное осмысление человеком своего положения в мире.

3. Культ молодости, заявляющий о себе в начале XXI века, определяет возрастающее влияние уличной молодёжной моды на дистиллят эстетических идеалов общества – Высокую моду.

4. Инновации в сфере моды происходят сегодня, во многом, за счет перенятия эстетического опыта и образа различных молодёжных культур.

5. Молодёжная мода продуцирует художественные образы, которые впоследствии внедряются в массовое производство.

Выпускная работа не претендует на полноту исследования, так как представляет собой лишь весьма общее его рассмотрение. Задачу более глубоко анализа темы осложняет её слабая изученность. Тем не менее был сделан первый шаг к целостному пониманию феномена молодежной моды, что ставит новые исследовательские задачи, связанные с дальнейшим изучением процессов молодежной и высокой моды.

ЛИТЕРАТУРА

1. Вайнштейн О.Б. «Одежда как смысл: идеологемы современной моды.» 2007г.
2. Васильев А. «Новая мода: поиски. Harper`s BAZAAR» - 2000г. май-июнь. стр.188-190.
3. Голыбина А.Г. «Вкус и мода.» – Москва, 2004г.
4. Гофман А.Б. «Мода и люди: Новая теория моды и модного поведения» - Москва, 2004г.
5. Тофман А.Б. «Экспансия молодёжного стиля. Техническая эстетика.» – 2008г.
6. Дерунова А.А. «Мода в условиях массовой культуры.» – Ростов – на Дону, 2008г. -27 стр.
7. Доброхотова И.А. «Беседа о моде или зеркало, которое не лжет.» – Алма-Ата, Онер, 2001г.
8. Ермилева Д.Ю. «Эстетические проблемы дизайна одежды 70-90 гг. XX века.» – ГАСБУ, 2005г.
9. Заплетина Н.И. «Мода как фактор формирования культуры внешнего облика молодёжи в условиях клуба.» 2001г. – 16 стр.
10. Кантор К.М. «Мода как стиль жизни. Мода: за и против.» – Москва, 2014г. – стр. 141-204.
11. Крюгкова В.А. «Мода как форма потребления. Мода: за и против.» – Москва, 2013г. стр. 235-251.
12. Топалов М.Н. «Социальные аспекты моды: Мода и цивилизация.» – Москва, 2011г.
13. «Clothes. A history of fashion as cultural manifestation from the 1930 s to the present.» - Gross K.J., Stone J. - L.,2004y.
Roszak T. The making of a counter culture. - L. Faber an

ПРИЛОЖЕНИЯ