

Костюм как визуальный индикатор личности

Сафронова Ирина Николаевна, профессор
Балланд Татьяна Валерьевна, кандидат философских наук, доцент
Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна

В статье рассматривается одно из направлений социальной функции костюма – функция информирования, когда костюм является для своего обладателя способом передачи протестных взглядов, вызовом традиционным общественным нормам и правилам. Анализируются причины возникновения этого феномена, эволюция восприятия отдельных деталей одежды, от полного неприятия в момент появления, до широкого распространения в различных видах костюма официальной моды.

Ключевые слова: протест, антимода, информация, молодёжная одежда.

Одной из многочисленных функций костюма является социальная функция. Социальные функции костюма образуют две основные ветви: функции информирования, функции формирования. [1] Костюм формирует внешний и внутренний облик человека, помогает ему измениться, почувствовать себя тем или иным. Информирование связано с тем, что костюм несет сведения о его носителе, как о представителе определенной социальной группы, может многое рассказать о своём обладателе, о его характере, возрасте, профессии, служить выразителем его взглядов, вкусов, предпочтений или неприятий и протестных настроений.

Цель статьи – проследить возникновение интереса к одежде, как к форме выражения недовольства и бунтарства, выявить причины возникновения и распространения этого явления, определить является ли костюм выражением личности или, наоборот, скрывает личностные качества под маской?

Современная одежда – это многообразие различных модных течений, стилей, направлений, позволяющих выделиться из толпы, не выглядеть как все, заявить о своем мнении окружающим. Причем, это касается не только одежды, а и определенных норм поведения морали и общественных идеалов. Это желание следовать только своим представлениям о красоте и приличии, причем намеренно противопоставлять это общественным.

Моменты, когда молодежь демонстрировала своей одеждой полное отрицание принятых в обществе норм, в современной истории случались неоднократно. Именно молодежь пыталась противопоставлять себя большинству, одеваясь нестандартно, стремясь отойти таким образом от общепринятых стереотипов.

Представители молодежных субкультур всегда выражали полное безразличие к мнению окружающих, подчеркивая это своей манерой одеваться, ассоциируя одежду с молчаливым протестом, желанием дистанцироваться от старшего поколения, перейти границы дозволенного, шли в авангарде распространения нестандартной одежды, аксессуаров или манер поведения. Но основная суть в том, что означало несогласие и демонстративный протест существующим принципам, нормам и стереотипам.

Во многих подростковых группах модно выделяться в толпе. Стремление выделиться нестандартно является определенным способом самовыражения. Но иногда «новый образ» среди молодежи опять-

таки является определенным способом протеста – например, против школьных порядков, условностей, правил поведения. Вторая причина развития новых и теперь уже модных течений – стремление каждого человека быть частью определенной микрогруппы. Таким образом, в новой группе единомышленников молодой человек может чувствовать себя уверенно и комфортно, забыть о проблемах, оставить грустные мысли об одиночестве, временных трудностях в учёбе, домашних проблемах.

Этот феномен является не новым и возник не сегодня. Одним из первых примеров такого протестного поведения можно считать появление молодежных групп, называемых инкруаябли (фр. *les Incroyables*, буквально невероятные) и мервейёзы (фр. *les Merveilleuses*, буквально дивные, великолепные, изумительные) – во Франции периода Директории (1795 – 1799). Это название роялистки настроенной «золотой молодёжи», вызывающе эксцентричной в одежде, имеющей свой жаргон и эпатировавшей публику не только внешним видом, но и манерами, демонстративно подчеркивавшими неприязнь к революционным традициям и неприятие простоты в одежде.

Костюм данных представителей был доведен до крайних пределов странности и чудачества: юноши стали носить длинные косички до плеч или нарочито растрёпанную причёску с коротко стриженным затылком и длинными волосами по бокам, получившую название «собачьи уши» («oreilles de chien»). В ухо вдевали огромное кольцо, на носу носили большие очки или приставляли к глазам лорнет, держа его за длинную ручку, как если бы страдали близорукостью, выпуклость на спине как у горбатого, гигантский галстук, закрывавший подбородок, обувь с острыми носами, как в средневековье. Обязательной была суковатая палка вместо трости для «несогласных», тех, кто выражал возмущение их внешним видом. [2]

Следующий яркий период самовыражения в одежде – XX век. Кожаная куртка комиссара и красная косынка его единомышленницы стала символом революционных событий в России в 1917 году, которая отличала представителей нового времени от классовых врагов. Главным выразителем этого обособления стала одежда – визуальный индикатор отличия. Красный цвет – цвет революции, черная кожа – символ жесткости, твердости и бескомпромиссности. Бунт и протест, желание разрушать стереотипы и ломать привычные устои, отрицание норм

и правил, провокация – все это возникает в противовес всему выверенному и правильному, наперекор общепринятому. Не последнюю роль в этом явлении играет одежда.

Появление любой показной субкультуры неизменно сопровождается повышенным вниманием со стороны окружения, колеблющимся между ужасом и любопытством, яростью и удивлением. Представители субкультур любого периода традиционно окружены аурой недоверия и непонимания, превращающей их в обособленную группу. Открыто высказанное возмущение окружающих – лишь верное доказательство того, что цель достигнута, обладателя вызывающего костюма заметили.

Двадцатый век явился родоначальником сразу нескольких «протестующих» стилей. Один из них – «треш». Данная субкультура зародилась на территории стран постсоветского периода и представляет собой своеобразный протест против принятых стандартов, норм и правил, диктуемых обществом, своими манерами и внешним обликом относится с иронией ко всему, что ее окружает. Костюм представителей этого направления в центре внимания. Внешний вид подростков, их поведение призвано эпатажировать публику, заявляя тем самым, что они не такие как все, что соблюдение общепринятых правил для них не является нормой. Иногда данное явление напрямую ассоциировалось с асоциальностью и вульгарностью. Однако, сегодня многие подростки часто выбирают именно этот стиль одежды, желая обратить на себя внимание. Не имея пока другой возможности заявить о себе достижениями в различных видах деятельности, успехами в учебе, творчестве, исследованиях, они выбирают наиболее простой способ обретения значимости – внешний вид.

Антигламурный стиль «гранж» (от английского слова *grunge* – неприятный, отталкивающий, неопрятный), стал еще одним протестом против роскоши и общепринятых норм эстетики в конце 80-х годов прошлого века, совмещая в себе несовместимое, стал при этом одним из популярных стилевых течений современности. В основе идеологии гранжа – идея главенства духовного над материальным и отношение к одежде как к чему-то не слишком серьезному. Кроме того, совмещая в своем гардеробе вещи, несочетающиеся между собой, каждый может почувствовать себя, создателем современного модного костюма, дизайнером, стилистом, имиджмейкером.

Еще одна субкультура «панк» осознанно выступала зеркалом противоречий социального строя общества, отражая собой существующее неравенство, отчуждение. Панк-ансамбли демонстрируют этот диссонанс в форме визуальной игры с одеждой и аксессуарами (цепи, рваные футболки и пр.). Одежда в стиле панк становится тканевым эквивалентом ругательств.

Идея движения «хиппи» – протест, вызванный тем, что перемены, на которые были возложены надежды, не осуществились, идея, которую стремились достичь, не смогла изменить мир, не воплотилась в реальность, не обрела конкретной формы, превратилась в протест против всего на свете. Не последнюю роль в движении «хиппи» играла одежда.

Именно стиль «хиппи» положил начало такому явлению, как антимода, навсегда проложив границу между молодежной одеждой и модой «взрослого» населения.

Все вышесказанное отличает визуальные ансамбли показных субкультур от тех, которым отдают предпочтение прочие культуры. Они выставляют свой эпатажный внешний вид напоказ или нарочито пренебрегают им, демонстрируя возможность нарушения общепринятых норм морали в одежде, придавая своему внешнему виду неоправданно завышенное значение. Именно это представляет собой культуру показного потребления. Вещи превращаются в знак групповой солидарности, приобщения к единомышленникам. Традиционное представление об элегантности презирается. Волосы красятся, а футболки и брюки выставляют напоказ многочисленные молнии, дыры, внешние и внутренние швы.

Простая куртка с капюшоном «худы» превратилась в униформу нарушителя спокойствия, в протест против закона, желание скрыть капюшоном не просто лицо и подлинное «я» носителя.

Самый простой и легкодоступный способ достичь эпатажа со стороны окружающих – это нанести вызывающий макияж. Косметика накладывается так, чтобы ее нельзя было не заметить. Достаточно посмотреть на бледные лица «эму» с чёрной косметикой глаз, губ, ногтей.

Сегодня появление новых технологий оказало непосредственное влияние и на протестующую современную молодежь. Развитие техники термопринта позволило добиваться желаемых эффектов быстро и без особых усилий. Для нанесения лозунгов и провокационных надписей, плакатов на детали одежды широко используются современные компьютерные технологии и цифровая печать, что открывает почти безграничные возможности для самовыражения. Предпочтения в одежде стали отдаваться простым формам, несложным конструкциям. Основным полем для демонстрации своих взглядов стала футболка. Этот комфортный, дешевый, доступный ассортимент одежды, приобрёл новые «имена» – свитшот, лонгслив, худы. Мода последних сезонов благоприятствовала этому виду одежды, предлагая объёмные формы – «оверсайз», позволяя обладателю футболки иметь достаточную площадь для высказывания своих мыслей. Декоративность, выразительность и «привлекательность» моделей решается за счет введения самостоятельно разработанного авторского принта. Содержание принта – часто это лозунг, плакат, жизненное кредо.

Протестные социальные движения всегда были той средой, в которой черпала вдохновение модная индустрия, заимствуя остросовременные, выразительные образы представителей этих движений, как эмоциональные, так и нравственные. В одежде используются самые активные композиционные средства. По сути, бытовой костюм превращается в зрелищный, призванный привлекать внимание, вызывать эмоции, как положительные – интерес, желание подражать, так и отрицательные – ужас и возмущение. Именно те эмоции, которые вызывает игра и образ актера в кино или в театральном действии. Таким

образом, молодые люди могут ощущать себя представителями этих творческих профессий.

Стремление присоединиться к этим образам, примерить на себя, привнести их в свой привычный имидж – понятное и оправданное желание, для молодых людей, которые ещё не нашли себя ни в жизни, ни в профессии. Модная индустрия удовлетворяет эти потребности, позволяя человеку присоединиться к важным для него социальным явлениям. Фактически, приобретая футболку или сумку с принтом определенного содержания, молодой человек покупает свой маленький кусочек протеста. Всякая субкультура повторяет один и тот же жизненный цикл – от противостояния к растворению, от сопротивления к включению и присоединению.

Политический и социальный протесты становятся значимым трендом. Протест становится модным и, как следствие, начинает сказываться на моде в привычном понимании, проникать в стилистику коллекции одежды и аксессуаров профессиональных дизайнеров. Потребность в протесте порождает спрос на его атрибуты, на который не может не реагировать модная индустрия, традиционно чувствительно относящаяся к переменам в обществе. Результатом становится извлечение прибыли из протестных настроений и появление новых модных тенденций.

Хаос складывается в значимую целостность. Новые молодежные стили в культуре всегда начинают с того, что бросают вызов традиционным смыслам, а заканчивают установлением новых правил, созданием новых товаров, новых производств или обновлением старых. Это происходит независимо от политической ориентации субкультуры и от степени шоковости стиля. Молодёжная мода быстро распространяется и быстро исчезает, когда становится мас-

совой, теряя остроту. И возникает вновь, чтобы выделяться, привлекать взгляды, шокировать, для чего опять нужно искать новые приёмы, новые выразительные средства, фантазировать, быть изобретательным.

На антимоде субкультур высокая мода во многом отработала механизм поглощения «протестной» одежды: то, что сегодня вызывает ужас и неприятие добропорядочного большинства, завтра оказывается переработанным и готовым к употреблению продуктом, предметом вождения потребителей, готовых выложить немалые деньги за вещь, которая вчера еще казалась пугающей. Протестная одежда вроде заляпанных и проколотых английскими булавками маек панков, кожаных курток байкеров и рваных джинсов хиппи неизбежно присваивается миром моды и превращается в «мейнстрим». Можно проследить эволюцию восприятия отдельных деталей одежды, таких как мятые, жатые, линялые ткани, швы стачивания и выточки «наружу», края одежды в виде «бахромы», совмещение несовместимого в костюме, безразмерные и бесформенные свитера «оверсайз» от полного неприятия в момент появления, до широкого распространения в различных официальных видах костюма.

Таким образом, протест против власти имущих становится частью их самих, а пугающие общественность предметы одежды – просто мимолетным капризом моды, «шиком», перекочевавшим с улиц на мировые подиумы. Мода давно перестала быть диктатором, предоставляя полную свободу самовыражения для своих почитателей. В XXI век мода входит как индикатор личности, как средство выражения отношения человека к себе, к окружающим, к миру в целом, как процесс экспериментальной проверки границ дозволенного.

Литература:

1. Мир Знаний [Электронный ресурс]. – Режим доступа свободный: <https://mirznanii.com/a/128881-13/znakovo-simvolicheskie-funksii-kostyuma-v-istorii-kultury-13/>

2. WikiZer [Электронный ресурс]. – Режим доступа свободный: https://www.wikizero.com/ru/Ин-круаябли_и_мервейёзы- Загл. с экрана.