

УДК 316.6

Кольцов А. В.

група 1151, ННІКНУП, Національний університет кораблебудування імені адмірала

Макарова (Миколаїв), excitenew@gmail.com

Гончарова О.О.

канд. філос. наук, викладач кафедри філософії та культурології,

Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова

(Миколаїв), hamisek@ukr.net

Патерни бідності у покоління 90-х на пострадянському просторі

Мета роботи: проаналізувати вплив модних тенденцій 90-х на тогочасну молодь пострадянського простору.

Мода 90-х на заході

Мода 90-х – один з періодів, що складніше за все описати. Для неї характерно гіпертрофоване змішання стилів, різноплановість і акцент на індивідуальності. Зміни в політичному житті багатьох країн і еволюція індустрії моди спровокували розуміння, що мода - це не тільки речі, але й спосіб самовираження особистості.

Найбільш популярним в той час в одяг, близький до стилю унісекс – джинси, футболки, светри, зручні брюки, зручне взуття – туфлі на плоскій підшві або кросівки. Одяг такого стилю пропонували усі великі компанії, в більшості своїй Американські та Італійські, але разом з цією функціональною зручністю парадоксальним чином сусідствовала театральність та надзвичайно барвистість.

На моду того часу достатньо сильно вплинули нові течії в музиці. В 90-ті з'являється гранж, основоположником якого став Курт Кобейн та гурт Nirvana. Головними рисами цього тренду була неохайність, багатослойність одягу, oversize, клітинка та джинси. Прихильники цього стилю носили великі байкові сорочки з витягнутими ліктями, линяні футболки, рвані джинси, куртки косухи, потерті кеди або масивні черевики. Гранж частково нагадував епоху хіппі, але без притаманного їм романтизму.

В слід за гранжем з'являється рейв – електронна танцювальна музика разом з безкінечними вечірками та синтетичними наркотиками(культові виконавці Prodigy і

Scooter). Формується новий стиль: яркі кислотні кольори, вініл, пластик, взуття на високій платформі, футболки з принтами, дуже сміливі зачіски та макіяж. Цей напрям майже не досяг подіумів. Дуже гарно цей тренд зображено у фільмі Люка Бессона «П'ятий елемент».

Мода 90-х у Радянському просторі

В Пострадянському просторі у 90-ті роки були свої погляди на моду. Після розпаду СРСР величезна кількість людей стали їздити до Туреччини за одягом. Все, що наказувала одягати мода 90-х, вдалося добувати завдяки фарцовщикам - дрібним торговцям одягом, взуттям та аксесуарами фейкових, зате закордонних виробників. Дрібних торговців іноземними речами відразу було видно - надягали вони на себе все «стильне», щоб показати, чим багаті. Ринки отримують справжню популярність, тоді як більшість магазинів простоювали напівпорожніми. У той час з'явилося безліч підробок під відомі бренди - на кшталт abibas, dorse & gabana тощо. У моду увійшли лосини з блискучого матеріалу кислотних кольорів, які в інших країнах були популярні в 80-ті. Практично вся країна була одягнена в безформні светри, шапки і шарфи з ангори поганої якості, короткі спідниці-гумки, варені джинси і штани-банани, легінси, сукні-комбінації, пластикова блискуча біжутерія і пишні начісування на волоссі.

У період з 1994 по 1998 роки в Радянському просторі з'явилися головні глянцеви журнали російською мовою - Cosmopoliten, Elle, Harper's Bazaar, Vogue. Тепер, в пострадянський час, для людей стало можливим познайомитися із тенденціями світової моди. Спільні тренди були запозичені з світових подіумів, але сприймалися вони вельми своєрідно. Питання сумісності речей один з одним, врахування особливостей фігури, поняття «йде-не йде» мало кого хвилювали: **якщо річ куплена - її треба носити!**

Джинс. Джинсова тканина була на гребені моди. Мова не тільки про брюках, шортах і спідницях. Сумки, аксесуари, взуття - з деніму або з «джинсовим» принтом - були найпопулярнішими і улюбленими. Дев'яності роки були часом мінімалізму, спортивного стилю, мілітарі, гранжу, хіпі - в усі ці стилі джинсова тканина вписується краще за всіх інших.

Міні. На той час мода вже «перехворіла» міні-спідницями 60-70-х, але на цей раз коротшало все - і шорти, і навіть футболки (горезвісні «топіки»).

Принти. Чим яскравіше, тим краще. Найпопулярніші - анімалістичні (леопард, зебра, тигр) і, звичайно - написи. Найкраще, на англійському.

Неонові кольори. Салатовий, колір фуксії, канарковий, яскраво-оранжевий, фіолетовий. Вони не були виключно квітами для вечірки, речі таких яскравих відтінків цілком могли носитися щодня.

Широкі плечі. Немов на противагу обтягнутого лосинами «низу», верхня частина одягу з широкими об'ємними плечима була на піку моди. Крій жакетів, курток припускав об'ємні підплічники. Хоча б один такий жакетик обов'язково був у кожної модниці.

Атрибути спортивного стилю. У моду увійшли штани з лампасами, куртки-бомбери (в народі їх називали «олімпійки», «кельмою») і кросівки. Ці речі сміливо міксувати з більш нейтральними по стилю джинсами або сукнями.

Помітні аксесуари. Великі кольорові сережки, браслети, кільця могли бути пластиковими, дерев'яними, металевими, плетеними з ниток. Яскрава прикмета часу - пластикові значки і прообраз модного сьогодні чокара - плетене з пластикових ниток кольє («тату»).

Модні сукні і футболки - принтовані. З зображенням героїв культових фільмів та мультфільмів.

Електронний годинник. На культові електронний годинник Montana, як і на однойменні джинси, грошей вистачало не всім. Тому модна молодь «інвестувала» в китайські аналоги, якими були заповнені всі магазини. Цей аксесуар також був з розряду унісекс: їм хвалилися перед друзями модники обох статей.

Нові руські

Новий руський (нові руські) - кліше, що позначає представників соціального класу СНД, які зробили великі статки в 1990-і роки, після розпаду Радянського Союзу. Не всі нові руські мають приналежність до росіян в етнічному сенсі. Виникнувши спочатку як нейтральне позначення, термін незабаром після своєї появи став використовуватися в негативному і іронічному значенні: новими російськими називають стрімко розбагатіли (як правило, сумнівним або незаконним способом) людей, великих ділків-мафіозі, при цьому не володіють високим рівнем інтелекту, культури та , незважаючи на свій добробут, що використовують лексику і володіють манерами соціальних шарів, з яких вони вийшли.

Місце і час виникнення, а також авторство цього виразу точно не встановлено. За поширеною версією, термін з'явився в зарубіжній пресі, звідки перекочував в Росію. Прихильники цієї теорії вважають, що автором виразу був американський журналіст Хедрік Сміт, який опублікував дві книги про російських: «The Russians» (1976) і «The New Russians» (1990)) У книзі розповідається історія так званої «Другий російської революції» (« перебудови »Горбачова)). Назва другої книги перекладається як «Нові росіяни».

Появу тих, хто в найближчому майбутньому стане «новими руськими», було обумовлено дозволом приватного підприємництва в СРСР в 86 році. На першому ж етапі, влада намагалася вписати новостворений приватний сектор в існуючу соціалістичну систему, яка заперечувала існування приватної власності, тому підприємництво тоді охрестили «індивідуальною трудовою діяльністю», що не суперечило ідеології. На другому етапі (кінець Перебудови 89-91г) починається поступове згортання соціалізму і досить швидкий і впевнений перехід до ринкової економіки західного зразка; кількість підприємців в цій час росло, можна сказати, експоненціально. На третьому етапі (остаточний крах соціалістичної системи) спостерігається пікове кількість новоспечених підприємців, причому якщо раніше багато хто з них були ентузіастами, то в той момент це були і люди, які втратили роботу і хотіли вижити. Можна сказати, що «нові руські» є породженням реформ 90-х років, дає їм таку характеристику: «Фізично міцний, малоосвічена, напористий, позбавлений моральних заборон, матеріально заможний типаж».

Атрибути «нового руського»

Червоний або малиновий піджак - відмітний стиль вбрання «крутого», його символ (також символ несмаку), чорні джинси модної марки, гостроносі чорні туфлі. У 1992 році в Парижі на що проходить Тижні високої моди була показана колекція італійських дизайнерів: малинові піджаки і класичні брюки. Чи не встигло пройти і місяці, як такі ж вбрання можна було побачити на нових роськийї. Також існує й інше пояснення виникнення моди на піджаки: після відкриття кордонів Росії під час проведення реформ на початку 1992 року в першу чергу на дефіцитні російські ринки почали надходити найдешевші товари західного широко використовуваних виробництва. У самому початку 90-х люди у пострадянському просторі ще не звикли до такої кількості товарів з-за кордону і ще не могли відрізнити де дорога річ, а де дешева. Ще з радянських часів товар ввезений з-за кордону вважався як щось дуже

престижне і дороге. Спочатку такі піджаки зустрічалися не часто, але охочих бути схожим на «нового руського» стало більше, і скоро їх носило дуже багато людей. Це було схоже вже на фарс, а не моду, «малиновий піджак» став темою анекдотів.

- Масивна золотий ланцюг на шиї («Голда»), золотий ланцюжок навипуск.
- Важкий золотий перстень-печатка («гайка»). Зазвичай на декількох пальцях.
- Великі годинник («котли») дорогої марки, бажано золочені і з дорогоцінними каменями.
- Товстий золотий браслет
- Машина Mercedes-Benz S600 («шестисотий мерс»), Jeep Grand Cherokee («джип»), Nissan Terrano («тиранка»), Toyota Land Cruiser («крузак»), Mercedes Geländewagen («гелик»), BMW 5, BMW 7 («бумер»).
- Мобільний телефон («труба»), що вважався до початку 2000-х років предметом розкоші і престижу.
- «Розпальцівками»: характерні жести кистями рук з відігнутими мізинцем, вказівним і іноді великим пальцями і підібраними до центру долоні середнім і безіменним пальцями («розпальцьовкою», «пальці віялом»).
- Зализані назад волосся.
- Шкіряна куртка
- Шкіряні чорні туфлі
- Барсетка

Гопники

Гопники жаргонне слово російської мови, що позначає представників міської прошарку низького соціального статусу, який є малоосвіченим і не має моральних цінностей. У більшості своїй це агресивно налаштована молодь, що володіє кримінальними рисами поведінки (рідше близькою до кримінального світу), та походить з неблагополучних сімей, і об'єднаної за ознаками контркультури (неформальній субкультури). Термін широко вживається в Росії і країнах колишнього СРСР.

В кінці XIX століття в приміщеннях сучасного готелю «Жовтнева», що розташовується на Ліговському проспекті в Санкт-Петербурзі, було організовано «Государственное общество призора» (ГОП), куди доставляли безпритульних дітей і підлітків, що займалися дрібним грабежем і хуліганством. Серед жителів міста з'явилося слово «гопники», яким називали жителів ГОПу з Ліговки. З'явилося вираз «кількість гопників вимірюється в лігах», а серед жителів Петрограда, потім і Ленінграда було прийнято питати невихованих людей: «Ви що, на Ліговці живете?».

Самі себе «гопниками» не називають і зазвичай характеризуються самоназвою «нормальні пацани», «реальні пацани» або «правильні пацани», «чіткі пацани». Слово "гопник" щодо себе вважають принизливим. Собі гопники протиставляють т. з.

«Лохів», проте в середовищі гопників чіткого визначення «лоха» не існує. У зв'язку з цим назву «лох» використовується гопниками в залежності від того, вигідно це гопнику чи ні, і може застосовуватися навіть по відношенню до інших гопників. Крім цього, представники прошарку гопників відрізняються вираженою агресією проти членів суспільства, що мають більш високе соціальне становище порівняно з гопниками, а також проти інших представників суспільства, чий світогляд орієнтоване на прогресивний спосіб життя, інтелігентність і т. з. «Західні цінності» (наприклад, проти орієнтованих на західну культуру «неформалів», «опозиціонерів»).

На відміну від більшості неформальних об'єднань молоді (наприклад, хіпі, панків, рокерів), гопники не надавали решті населення будь-яких назв і не виділяли себе в окрему від решти населення групу, з чого випливає, що вони не усвідомлювали себе як субкультуру.

Гопники займалися дрібним злодійством, вимаганням грошей, грабежами і побиттям випадкових перехожих (особливо в нічний час)

Імідж і поведінку типового гопника є пародію на представників кримінального світу 1990-х років в пострадянського простору. Чорна шкіряна куртка і спортивний костюм також були перейняті підлітками від них.

Також гопники можуть провокувати конфлікти з представниками різних неформальних субкультур або ж окремо взятими індивідами, що виділяються яскравим одягом або неординарною зовнішністю, так як вважають, що для «реального пацана» це «недозволено і несерйозно». Це є проблемою для представників таких неформальних субкультур, як рокери, готи, панки, металісти, але частіше за все від цього страждають представники тих субкультур, де основний склад представляють підлітки, нездатні дати більш дорослим гопникам відсіч, наприклад емо, «анімешники» і ролевики. Їх зовнішній вигляд як би «сигналізує» гопнику про те, що жертва може бути з більш забезпеченої сім'ї і мати при собі будь-яку «здобич» у вигляді цінних речей, а різниця у віці робить цю «здобич» набагато легшою. В рівній же віковій категорії при провокуванні конфлікту з представниками неформальних субкультур гопники можуть використовувати, наприклад, чисельну перевагу або наявність зброї.

Зовнішній вигляд

Зачіска під «напівбокс» або «їжачком», але найчастіше - просто дуже коротко або взагалі «під нуль».

Одяг: класичні брюки широкого крою, олімпійка(іноді з каплюшоноп) або просто спортивний костюм. В холодну пору гопники надягали шкіряні куртки(іноді з хутром на комірі), кепку або восьмиклинку; взимку вдягали спортивні в'язані шапки, найкрутішою з яких була «вольтовка» - в'язана шапка з козирком. В цілому в 1990-ті роки серед гопників були популярні підробки відомих марок одягу з написами, зовні схожими на логотип оригіналу: «Nice» (замість «Nike»), «Abibas» (замість «Adidas»), «Reebak» (замість «Reebok»). Популярність таких підробок була обумовлена їх дешевизною і більшою доступністю, ніж в оригіналу. Ближче до 00-х в великих містах, де сфера торгівлі все більш зростала, гопники почали частіше віддавати перевагу непомітному та безфасоному одягу сіро-чорних тонів. В моду увійшли поліестерові пуховики та спортивні штани, куртки-алюски та «дуті» куртки з шкірозамінника, мішкуваті та класичні джинси, кросівки. На гопниках все частіше було видно підробки(а іноді і оригінали) таких брендів як: Lacoste, Kappa, Supreme, Burberry, Calvin Klein, OBEY і т.д.

Акcesуари: Серед гопників користуються популярністю персні-печатки, золоті ланцюжки, запальнички великі натільні хрести, шкіряні сумки-барсетки, поясні сумки (часто носяться через плече, а не на поясі). Гордістю гопника є «чітка мобіла» - як правило, смартфон серії Apple iPhone або ж інший флагманський смартфон з багатою функціональністю.

Машини: Улюбленим автомобілем у гопників була Лада 2109 «дев'ятка» поряд з Лада 2106 «шістка», Лада 2107 «сімка». Нерідко навіть у ті часи автівки піддавались кустарному тюнінгу. Гопники вкрай несхвально ставляться до недорогих автомобілів китайської, корейської або французького виробництва, що обумовлено загальною інертністю мислення гопників, і найчастіше їх надмірним удаваною патріотизмом.

Гопниці, як правило, одягаються так само, як і гопники чоловічої статі. Однак певна частина представниць субкультури все ж прагне підкреслювати свою гендерну приналежність, використовуючи надмірно відвертий одяг і строкатий макіяж, фарбують волосся в яскраві кольори. Також вдягають підроблені(рідше, оригінальні) одяг та акcesуари таких брендів як Louis Vuitton, Dolce & Gabbana, Gucci, Armani.

Гоша Рубчинський

Одяг Рубчинський - це спогади про 90-х: олімпійки і дідусеві светри, штани і футболки з написами на кирилиці. Светр при цьому можна заправити в штани, а штани - в шкарпетки. На Заході це викликає захват, а в просторі СНГ це знаходить здебільшого нерозуміння. Це обумовлено тим, що такі концептуальні речі є недосяжними для наших людей, бо ми тільки но почали вдягатись в дорогі речі, а ось на Заході люди все багато років мають доступ до усі напрямків моди, і саме тому вони готові платити за цей гроші.

Висновки: говорячи про моду 90-х, можна сміливо сказати, що моді у той час не вистачало смаку, особливу на пострадянському просторі. Люди в у пострадянському просторі в той час були зовсім не знайомі з світовою модою, і саме через це будь-яка річ, що була привезена з-за кордону вважала апіорі модною. Негласним девізом того часу стає фраза: «Якщо річ куплена, її треба носити»

Також в часи перебудови з'являються перші підприємці, яких в 90-ті роки стає все більше і більше. «Новий руський» це образ людини, що зробила великий статок у 90-ті(часто незаконним шляхом), і своєю поведінкою та одягом показує, вона може собі дозволити усе що завгодно.

Серед молодих людей у 90-ті популярність набирають різного роду субкультури. Взагалі субкультури є виявом бунту у певному сенсі. Однією з таких субкультур є гопники, бунт яких був виражений у протиставленні себе іншим субкультурам та усьому західному.