

УДК 685.34.012(5ИОР)

## СТРИТВИР КАК ИНСТРУМЕНТ ИДЕНТИФИКАЦИИ МОЛОДЕЖИ ИОРДАНИИ

**Даррас Римма Набил,**  
*соискатель кафедры культурологии  
учреждения образования БГУКИ;*

**А. И. Смолик,**  
*доктор культурологии, профессор,  
заведующий кафедрой культурологии  
учреждения образования БГУКИ*

Поступила в редакцию 15.04.23.

UDC 685.34.012(5ИОР)

## STREETWEAR AS A TOOL FOR IDENTIFICATION OF JORDANIAN YOUTH

**Darras Rima Nabil,**  
*Candidate of the Department of Cultural  
Studies of the educational institution BSUCA;*

**A. Smolik,**  
*Doctor of Cultural Studies, Professor,  
Head of the Department of Cultural  
Studies of the educational institution BSUCA*

Received on 15.04.23.

В статье анализируются значение моды в современном обществе и некоторые ее аспекты, в частности показано ее влияние на формирование этнонациональной идентичности личности. Рассматриваются такие свойства моды, как динамичность и изменчивость. Акцентируется внимание на стремительном развитии западной моды и проникновении ее практически во все страны мира, в том числе и Иорданию. Отмечается, что мода западноевропейских стран размывала этническую и культурную идентичность субъектов иорданской национальной культуры, в первую очередь молодежи. Одновременно представлена деятельность дизайнеров Иордании по возрождению национального стиля одежды, сочетающего инновации и традиции.

*Ключевые слова:* Иордания, идентичность, мода, молодежь, стритвир, дизайн, национальный стиль, Запад, Восток.

The article analyses the significance of fashion in society and some of its aspects, particularly its impact on the formation of the ethno-national identities. Given the dynamism and variety of fashion, attention is drawn to the rapid expansion of Western fashion into nearly every nation of the world, including Jordan. The article depicts how Western European fashion has eroded the ethnic and cultural presentation of Jordanian national culture, primarily among young people, and discusses the efforts of local designers to revive the Jordanian national style of clothing by combining innovation and tradition.

*Keywords:* Jordan, identity, fashion, youth, streetwear, design, national style, West, East.

*Введение.* В современной мировой культуре мода выступает одним из значимых явлений, претендующих на тотальность. Исследование этого феномена с точки зрения фундаментальной культурологии предполагает акцентирование внимания на двух аспектах: а) функционирование моды в контексте визуальной культуры; б) роль ее в процессе формирования идентичности личности. Мода как способ презентации индивидуальности и технология завоевания социального признания, а также особого рода идентификации наиболее выразительно проявляется в образцах предметов одежды, отвечающих господствующим вкусам в конкретный отрезок времени. В данном контексте помимо понятия «мода» в гуманитарном дискурсе широко используется термин *fashion*, который трактуется как превалирующий стиль в одежде в течение определенного времени или в определенном месте [1]. Исследования показывают, что мода, как и общество в целом, имеет свойство брать или заимствовать атрибуты различных культур и использовать их по-новому. В первой четверти XXI в. потребление культурных ценностей, таких как одежда, по мнению российского исследователя М. Э. Вильчанской-Бутенко, играют все большую роль в формировании личностной идентичности, делая эмуляцию высшего класса более

второстепенной задачей, в отличие от предыдущих периодов времени [2, р. 123]. Уличная одежда (джинсы, кепки, кроссовки, майки и т. п.) стали практически во всех странах мира, в том числе и в Иордании, главными составляющими стритвира. Они в полной мере соотносятся с понятиями независимости, свободного самовыражения, протестности, творчества и аналогичными ценностями современной уличной моды. Западный исследователь моды А. Б. Гофман полагает, что одежду можно использовать как средство установления общей идентичности, демонстрируя значительную разницу и сохраняя власть и господство [3]. В то же время следует иметь в виду, что характеристика одежды динамична и способна меняться в зависимости от инноваций, политики, социальных интересов, системы убеждений, экономики, которые детерминируют определенную моду одежды.

*Основная часть.* Динамичность моды выразительно проявилась в стиле западной уличной одежды стритвир (streetwear), включающей футболки, куртки-бомберы, толстовки, леггинсы, спортивные брюки и кроссовки, утверждает исследователь Велти Матт, является «динамичным жанром моды», открытым для творческих аппликаций и дизайнов, а также для передачи значимых сообщений [4]. Зародившись на сцене хип-

хопа Нью-Йорка, скейт-культуре Калифорнии и первых последователях японской ночной жизни, уличный стиль изначально считался субкультурным представлением, олицетворяя самобытность и сплоченность субкультурных сообществ, а не основным мейнстримом моды. Однако со временем он приобрел форму повсеместного распространения и увеличил свое социальное доминирование [5].

Таким образом, стритвир, являясь изначально воплощением эстетики молодежных субкультур (панков, скейтеров, хэви-метала, хип-хопа и др.), постепенно эволюционировал в особую уличную моду – стритфэшн. Культура молодежных субкультур, как это нередко бывает в моде, испытывая влияние производителей молодежной одежды и изменяясь в плане стиля, постепенно вышла на уровень изделий класса люкс. На этом основании в конце 1980-х гг. уличная мода, рассматриваемая как одежда субкультур, вошла в массовую культуру, теряя негативные коннотации, которые когда-то имела. Стиль данной уличной одежды был ориентирован на комфорт, прочность, функциональность, практичность, свободу комбинирования элементов, удобство повседневного использования и ухода за изделием. В настоящее время такие бренды стритвира, как OBEY, Stüssy, Supreme и A Bathing Ape и др. западных дизайнеров, известны как в странах Запада, так и Востока. Над их созданием работают талантливые дизайнеры. Одним из них является уличный художник и иллюстратор Шепард Фейри, создавший множество знаковых работ. Например, его стикер с бывшей звездой рестлинга Андре Рене Руссимомфф впоследствии превратился в товарный знак в виде «Великана» для собственной марки уличной одежды OBEY.

Под влиянием поп-арта Энди Уорхола и Роя Лихтенштейна в 1989 г. Фейри создал свою серию наклеек «Андре Великан имеет отряд», которая в одночасье привела к функционированию аналогичных кампаний [6]. Многогранность и разнообразие уличных субкультур, футболка в южнокалифорнийском стиле и часто ограниченный тираж изделий, на наш взгляд, образуют две основные составляющие, которые создают понятие уличного стиля одежды: это футболка и эксклюзивность. Одежда OBEY стала продолжением работы Шепарда Фейри в активизме. Она основана на дизайне и идеалах художника, превратившихся в начале XXI в. во всемирную кампанию стрит-арта, а также в известный объект изобразительного искусства.

Бренд одежды OBEY также хорошо известен включением политически и социально-провокационной пропаганды в дизайн одежды. С острым сарказмом ироничного поп-арта в сочетании с кричащими заголовками он уговаривает потребителей внимательнее прислушиваться к пропагандистам. В одежде OBEY всегда есть остросоциальные темы, определенный общественный призыв, высмеивание потребительского и политического строя, желание пробудить общественное сознание, находящееся в медиаспячке. С помощью дизайнеров Майка Терноски и Эрин Виг-

нал одежда марки OBEY продолжает широко распространяться по всему миру через линейки мужской и женской моды и дизайн в уличном стиле casual street wear. В настоящее время OBEY является не просто всемирно известным арт-движением или брендом одежды, или логотипом, или узнаваемым всеми стилем исполнения стрит-арт-объектов. OBEY ныне – это своеобразный кластер социального сознания для потребителей массовой культуры, уже имеющих большое количество продолжателей. Это, по нашему мнению, жанрообразующий вид общественного искусства под девизом MAKE ART, NOT WAR. Фейри полагает, что с его творчеством идентифицируют себя преимущественно субъекты культуры восточного региона [5].

Анализ социодинамики моды в Иордании, где одежду на протяжении всей истории формировали сложные социально-экономические и политические преобразования, подтверждает данный тезис. Дело в том, что в XX и XXI в. в стране происходили смены дискурсов панарабизма, панисламизма, вестернизации, которые активно влияли на стиль одежды. Каждый из этих трансформирующихся процессов создавал новую ситуацию и новый тип адаптивного поведения, что порождало новые стили одежды, выражающие инновационные представления о культуре и личностной идентичности. Согласно исследованиям, мода на уличную одежду вошла в иорданскую культуру в результате глобализации и расширения культурной гегемонии Запада в 1960–1970-х гг., быстро захватив иорданское общество, заменив традиционные костюмы и став доминирующим стилем современной жизни. Появление различных стилей западной одежды произвело двойной эффект. С одной стороны, она завоевала внимание и популярность, потому что была легче, дешевле и практичнее, чем традиционная арабская. С другой стороны, западная мода с ее космополитическим стилем привела к либерализации и независимости от традиционного стиля, постепенно вытесняя традиционную одежду как неотъемлемый атрибут арабской цивилизации. Западная одежда угрожала потере ядра иорданской культуры, которая придавала стране ее самобытность и удивительное многообразие. Помимо этого Иордания постепенно превращалась из производителя национальной одежды в потребителя западного стритвира.

В первой четверти XXI в. иорданские дизайнеры начали экспериментировать с уличной одеждой и городским стилем, синтезируя восточные и западные традиции, инновации поп-культуры, пытаясь представить свои собственные бренды иорданской уличной моды, стремясь продемонстрировать миру моды свой многогранный культурный ландшафт. Изначально они считались атрибутами определенных субкультур, олицетворяя самобытность и сплоченность этих сообществ, а не основным мейнстримом моды. Однако со временем уличный стиль приобрел форму повсеместного распространения и увеличил свое социальное доминирование [5]. Бренды Nike, Adidas, Gap, Urban Outfitters и Supreme, спо-

собствовали street style стать обычным явлением в повседневной жизни иорданцев. Gucci, Balenciaga, Vetements и Luis Vitton, среди других модных домов высокого класса, часто продвигали этот стиль одежды как предмет роскоши. Перед иорданским обществом в первой четверти нынешнего столетия остро встала проблема создания своего этнонационального стритвира, основными целями которого являлось расширение прав и возможностей, индивидуальности и сплоченности сообщества. Можно утверждать, что национальный street style – это больше, чем просто заявление о моде; его также можно рассматривать как культурное движение, в основе которого лежит идеология.

В свете этого в настоящее время в Иордании происходит своеобразный бум возрождения национальной моды, придания ей этнического колорита и содержания. В качестве первоначальных шагов возрождения традиционных форм одеж-

ды было повторное воспроизводство национального дизайна, совмещающего черты современности. Следующим этапом дизайнерской практики явилась локализация и натурализация современной одежды западного образца путем размещения на ней сленговых слов, узоров, символов и лозунгов иорданского этнонационального характера. Иорданские дизайнеры успешно экспериментируют с уличной одеждой и городским стилем, синтезируя восточные и западные традиции, инновации поп-культуры, пытаясь представить свои собственные бренды иорданской уличной моды, стремясь продемонстрировать миру моды свой многогранный культурный ландшафт. В результате чего в Иордании сегодня устойчиво функционирует ряд брендов стритвира, совмещающего элементы западной и восточной моды (JoBedu, Mlabbas JoudDesign, Tania George и др.).



Рисунок 1 – фотоколлаж иорданского стритвира<sup>1</sup>

<sup>1</sup> <https://instagram.com/mlabbas?igshid=NTc4MTIwNjQ2YQ==>

<sup>2</sup> [https://instagram.com/flamingo\\_republic?igshid=NTc4MTIwNjQ2YQ==](https://instagram.com/flamingo_republic?igshid=NTc4MTIwNjQ2YQ==)

<sup>3</sup> <https://instagram.com/jobedu?igshid=NTc4MTIwNjQ2YQ==>

<sup>4</sup> <https://instagram.com/joudesign?igshid=NTc4MTIwNjQ2YQ==>

<sup>5</sup> <https://instagram.com/taniageorgesdesigns?igshid=NTc4MTIwNjQ2YQ==>

*Заклучение.* Таким образом, иорданский стрит-фэшн отдает дань уважения культурным традициям страны и арабскому этническому наследию. Такие детали дизайна, как арабские буквы, местный сленг и национальные символы, которые пронизаны чувством этнической идентичности и охватывают все аспекты свободы, включая политические и социальные идеалы, являются главной характеристикой, придающей такому стилю его самобытность, уникальность и реалистичность. Он служит зеркальным отражением иорданского культурного пространства, выражая и отражая ее идентичность во всем

многообразии. Соответственно, можно утверждать, что именно это делает иорданскую уличную одежду скорее идеологическим культурным движением, чем просто продукт фэшн-индустрии.

Как показывают исследования, иорданская уличная одежда сегодня принята местными потребителями разного возраста, статуса и этнической принадлежности, которые подтвердили, что она обеспечивает необходимую связь с их традициями, историей и принадлежностью к этносу. Кроме того, он позволяет испытывать подлинный опыт коллективного единства, демонстрируя арабизм, национализм и патриотизм.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Merriam-Webster's Collegiate Dictionary // <http://www.merriam-webstercollegiate.com/search/fashion>.
2. Вильчанская-Бутенко, М. Э. Стрит-арт и стрит-фэшн / М. Э. Вильчанская-Бутенко // Международные коммуникации в индустрии моды : сб. материалов II Междунар. науч.-практ. конф. / под общ. ред. Н. Н. Гордиенко. – СПб. : ФГБОУВО «СПбГУПТД», 2020. – С. 123–129.
3. Гофман, А. Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения эссе об организации повседневного опыта / А. Б. Гофман. – 3-е изд. – СПб. : Питер, 2004. – 208 с.
4. Welty Matt. A History of Supreme's Artist Collaborations [Электронный ресурс] // Complex. 2013. Nov 12. <https://www.complex.com/style/2013/11/history-supreme-artist-collaboration/> (дата обращения 20.04.2023).
5. Groth Aimee. The Incredible Story Of An Anti-Establishment Street Artist Who Started Working For Nike. Jun. 3, 2011 [Электронный ресурс] <https://www.businessinsider.com/shepard-fairey-sold-out-2011-5?op=1#faireys-messages-have-always-been-anti-consumerism-1> (дата обращения 20.04.2023).
6. Fairey Shepard. Obey Commerce - Obey Giant [Электронный ресурс] <https://obeygiant.com/essays/obey-commerce/> (дата обращения 20.03.2023).

#### REFERENCES

1. Merriam-Webster's Collegiate Dictionary // <http://www.merriam-webstercollegiate.com/search/fashion>.
2. Vilchanskaya-Butenko, M. E. Street art and street fashion / M. E. Vilchanskaya-Butenko // International communications in the fashion industry : Sat. materials II Intern. scientific-practical. conf. / under the total. ed. N. N. Gordienko. – St. Petersburg: FGBOUVO «SPbGUPTD», 2020. – P. 123–129.
3. Gofman, A. B. Fashion and people. New theory of fashion and fashionable behavior essay on the organization of everyday experience / AB Gofman. - 3rd ed. - St. Petersburg: Peter, 2004. – 208 p.
4. Welty Matt. A History of Supreme's Artist Collaborations [Electronic resource] // Complex. 2013. Nov 12. <https://www.complex.com/style/2013/11/history-supreme-artist-collaboration/> (accessed 20.04.2023).
5. Groth Aimee. The Incredible Story Of An Anti-Establishment Street Artist Who Started Working For Nike. Jun. 3, 2011 [Electronic resource] <https://www.businessinsider.com/shepard-fairey-sold-out-2011-5?op=1#faireys-messages-have-always-been-anti-consumerism-1> (accessed 20.04.2023).
6. Fairey Shepard. Obey Commerce - Obey Giant [Electronic resource] <https://obeygiant.com/essays/obey-commerce/> (accessed 20.03.2023).