

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА**

**Філософський факультет**

**Кафедра етики, естетики та культурології**

Кваліфікаційна робота за спеціальністю 034 «Культурологія»

на здобуття освітнього ступеня бакалавра культурології

**МОДА В КУЛЬТУРІ ПОСТМОДЕРНУ  
(НА ПРИКЛАДІ СУБКУЛЬТУРИ ХІП-ХОП)**

Студент-виконавець:

Рак Северин Володимирович

IV курс

спеціальність 034 «Культурологія»

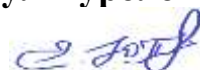


(підпис)

Науковий керівник:

**Павлова Олена Юріївна**

**доктор філософських наук , професор кафедри етики, естетики та  
культурології**



(підпис)

Допущено до захисту

Зав. кафедри \_\_\_\_\_

Київ – 2023

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. МОДА В КУЛЬТУРІ ПОСТМОДЕРНУ.....	6
1.1. Варіативність підходів до вивчення моди в постмодерному дискурсі (за М. Фуко, Ж. Дерріда).....	6
1.2. Суспільство споживання та його способи інклюзії індивідів.....	13
1.3. Базові тенденції формування субкультур в ситуації постмодерну.....	17
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РОЛІ МОДИ НА РІЗНИХ ЕТАПАХ РОЗВИТКУ ХІП-ХОП КУЛЬТУРИ.....	23
2.1. Генеза хіп-хоп руху .....	23
2.2. Гангстерський реп та війни банд – колір, як знак приналежності. Диференціація в контексті свої/чужі.....	27
2.3. Комерційний успіх жанру. Розкіш в хіп-хопі, «ера прикрас».....	32
2.4. Період самобутніх яскравих образів. «Епоха стримінгу».....	36
ВИСНОВКИ.....	42
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	47

## ВСТУП

**Актуальність теми:** За останні 20 років ми постійно могли спостерігати реп-композиції у верхніх списках музикальних чартів, як і могли чути їх випадково у громадських місцях, вони можуть слугувати саунд-треками до кінострічок, грати у рекламі – будь де. Реп став одним з самих успішних жанрів світу. Це активно діюча культура у самому її розквіті. І тим дивніше, що на цю тему існує так мало досліджень, так само як і мало кому відомо про історію виникнення субкультури хіп-хопу.

Мода на сьогодні поступово проникла в усі сфери людського життя, тим самим віддзеркаливши норми і цінності нашого часу. Феномен моди проявляється всюди – у мистецтві, науці, політиці та являється центральним винятковим явищем сучасного світу, оскільки здійснює вплив на відношення людини власне до себе та оточуючих. Розуміння тенденцій моди неможливе без адекватного та актуального розуміння сучасного світу. Як багатогранний та універсальний феномен, мода є достатньо привабливою, що завжди привертала увагу представників різноманітних галузей знань.

Пріоритети діяльності сучасної індустрії моди швидко змінюються. Поволі мода почала виходити із соціальних та індивідуальних потреб, візуалізуючи особисті якості індивіда в цілому. Мода являється цілісним вираженням стану суспільства, що здатна генерувати нові ідеї та переосмислювати старі у новому контексті.

Хіп-хоп мода являється невід’ємною частиною життя XXI століття, оскільки саме мода в кореляції культури постмодерну перетворила хіп-хоп зі звичайної форми мистецтва прослуховування до більш візуальної форми мистецтва демонстрації.

Щодо погляду на тему через призму постмодерну – це так само частина нашого життя, яку необхідно вивчати. Намір дослідження полягає в тому, щоб показати значний позитивний творчий внесок представників хіп-хоп культури у

світове суспільство, а також продемонструвати хіп-хоп виконавців не як жертв, а як ретрансляторів нових ідей.

Значущість роботи полягає у поєднанні сфер хіп-хопу, моди та дискурсу постмодерну.

В концепті кваліфікаційної роботи, напрям хіп-хопу розглядається, як популярна субкультурна формація у контексті сучасної картини глобалізаційного культурного поля. В той же час, глобалізація розглядається, як певний фактор формування та середовище існування сучасних субкультурних формацій.

Мода субкультури хіп-хопу являється своєрідним інноваційним полем для формування нових образів та сенсів. Хіп-хоп культура, як феномен творчості міського населення здебільшого являється художнім відображенням соціальної реальності та наявних проблемних ситуацій.

**Об'єкт дослідження:** концепція субкультури хіп-хоп в гуманітарному дискурсі.

**Предмет дослідження:** культурні практики моди як форма популяризації субкультури хіп-хопа.

**Мета дослідження** дослідити роль образу на різних етапах еволюції хіп-хоп культури.

Для досягнення мети необхідно реалізувати наступні завдання:

- проаналізувати варіативність підходів до опису моди в культурі постмодерну за М. Фуко та Ж. Дерріда;
- охарактеризувати визначення поняття «суспільство споживання» та перерахувати умови, що передували виникненню суспільства споживання та його специфіки функціонування моди;
- окреслити базові тенденції формування субкультур в ситуації постмодерну;
- розкрити контекст зародження хіп-хоп руху та проаналізувати стилістичні риси хіп-хоп моди;
- проаналізувати виникнення гангстерського репу, показати значення

кольору у практиках моди в контексті війни банд;

– простежити розвиток комерційного успіху жанру, дослідити феномен розкоші в хіп-хопі;

– окреслити період самобутніх яскравих образів представників хіп-хоп культури, проаналізувати зародження та розвиток «епохи стримінгу».

**Методи:** природа предмету дослідження вимагає перш за все історичного підходу, що нерозривно пов'язаний з використанням порівняльно-історичного методу дослідження.

Теоретичним підґрунтям **стану дослідження теми** стали праці М. Фуко [29; 30] та Ж. Дерріда [36, 41]. Філософію, теорію та концепцію моди вивчали А. М. Тормахова [25], В. М. Тормахова [26, 27], М. Лосева [12], В. Стіл [54]. Праці А. С. Дорошкевич [6], А. В. Сироватки [18; 19], А. С. Соловійова [22], Н. В. Чупріни [33] представляли суспільство споживання, як супутній спосіб соціалізації індивідів. Тенденцію ідентичності в моді субкультур досліджували М. В. Вороніна [2], М. Куратова [10], В. Р. Павелків [16], Т. С. Порхун [17], зокрема виникнення напряму хіп-хопу та здійснення аналізу ролі образу на різних етапах розвитку хіп-хоп культури здійснили С. Колесник [8], О. Є. Четвертак [32].

Кваліфікаційна робота складається із вступу, двох розділів, висновків та списку використаних джерел, який налічує 60 найменувань.

## РОЗДІЛ 1

### МОДА В КУЛЬТУРІ ПОСТМОДЕРНУ

#### 1.1. Варіативність підходів до вивчення моди в постмодерному дискурсі (за М. Фуко, Ж. Дерріда)

Серед вчених та філософів є досить багато варіантів розгляду поняття «мода». І, дійсно, воно містить у собі чимало граней, в залежності від контексту, розуміння моди може окреслюватись як соціальний інститут, як вид мистецтва, структура, код, система знаків, товар тощо. Наразі серед вчених досі немає угоди з приводу визначеної ролі моди у суспільстві.

Дослідженням цього поняття у якості ізольованого прояву відношення людини до світу та художньої діяльності через призму цінностей займається естетика. У семіотиці мода зазвичай розглядається як система знаків, яка виступає засобом для смислового виразу. Семіотичний аналіз спрямований на виявлення зв'язків між модою як системою знаків та людьми, які її сприймають, інтерпретують і трансформують повідомлення, що містяться в ній. В рамках психологічних та соціальних досліджень, мода розглядається як ефективний інструмент впливу в процесі комунікації.

Філософське обґрунтування моди потребує загального визначення, що дозволяє охопити різноманіття її проявів та здатне інтегрувати багатоманіття моди зі збереженням її сутності [20, С. 110-111]. Так, відповідно до словника: «Мода (від лат. *modus* — розмір, спосіб, образ) - нетривале панування у суспільстві певних смаків, що виявляються у зовнішніх формах побуту, особливо в одязі» [21, 24].

Хоча багато дослідників, наприклад Наталія Чупріна [33], наголошують на «...необхідності вивчення моди як комплексного всеохоплюючого міждисциплінарного явища.» [33, С. 34], інакше, за умови ігнорування частини граней (тобто розгляду з позицій таких дисциплін як економіка чи естетика), ми

ризикуюмо втратити цілісність пізнання цього феномена, у своїй роботі я зосереджу увагу на філософській, психологічній та соціальній грані цього явища розглядаючи моду здебільшого у розрізі тенденцій щодо зовнішності людини.

Серед характеристик моди можна виділити: потенційну нескінченність, непостійність, динамічність, обмеженість у часі, циклічність, а також новизну. Зміни і новизна – це дві основні якості, що якнайкраще характеризують моду, оскільки зміст моди постійно змінюється, а мода як форма, власне, завжди залишається незмінною. Слід зазначити, що одяг як структурний конструктивний компонент моди являється символом, вибір якого сприяє формуванню своєрідного продуманого іміджу індивіда.

Мода в епоху постмодерну рясніє різноманіттям стилів минулих років, які досить легко впізнаються. На зміну зневажливого ставлення до старовини та минулого, прийшов час їхнього культу та панування. Ті речі, які зовсім нещодавно без вагань могли б викинути на звалище, зараз дбайливо відновлюють і перетворюють на предмет мистецтва та гордості [12].

Говорячи про сучасність, важливо розуміти різницю між такими тісно пов'язаними термінами як «постмодерн» та «постмодернізм». Під постмодерном у першу чергу розуміється період європейської історії, який є наступником модерну, у другу чергу розуміються специфічні умонастрої, що поширюються у всіх сферах людського життя: культурі, . Концепція модерну, власне кажучи, є тим ґрунтом з якого пізніше виріс постмодерн. Концепцію модерну та дискурс навколо модерну створювали та розвивали такі мислителі як Ф. Ніцше, М. Гайдеггер, М. Вебер, М. Фуко та інші. Домінантною ідеєю у цьому дискурсі була думка про те, що епоха модерну не тільки принесла європейській цивілізації гуманістичні цінності, демократичні ідеали і геніальні відкриття, але й посилювала такі проблеми цивілізації, як європоцентризм, панування індустріалізації та залежність людей від цих технологій, андроцентризм, тоталітаризм, надмірний розвиток промислового підходу європейської цивілізації до природи, що шкодить всьому людству. Більшість цих проблем не лише не зникли з переходом до ери постмодерну, а й загострились, до них

додалось осмислення кризи раціональності, геноциду (Голокост, Голодомор), зростання рівню дикості людини («здичавіння») тощо. Наразі поняття постмодерну та дискурс навколо нього розвивають такі філософи як Ж. Дерріда, Ж. Ліотар, Ж. Бодріяр, У. Еко... [28]

Власне, постмодерн являється соціокультурною, філософською, науковою концепцією сприйняття світу в епоху постіндустріального суспільства, що опирається на недовіру до традиційних реалістичних концепцій та до істинності відображення реальності людськими органами почуттів. Серед людей поширюється зневіра у прогресі, над людиною нависають лякаючі проблеми які загрожують людству в глобальному масштабі (СНІД та інші хвороби, екологічні проблеми...) – все можна вважати одними з основних причин настільки іронічного та саркастичного характеру культури постмодерну та людей загалом. Постмодернізм – це сукупність поглядів і явищ, що маніфестуються у сучасному мистецтві та сучасній філософії й відстоюють певну сукупність ідей нового світовідчуття, так званої нової чутливості. Під постмодернізмом розуміється саме ідеологія напрямку сучасного мистецтва а також сам цей напрямок, коли як постмодерн віддзеркалює ментальність, стиль мислення сучасних людей – у цьому полягає головна відмінність.

У культурній сфері суспільства постмодерну домінує масова культура, основним осередком якої є мода та реклама. Постмодернізм твердо відстоює те, що саме мода все узаконює та обґрунтовує прийнятність тих чи інших речей, а все, що не визнається модою, не має права на подальше існування. Варто зазначити, що навіть наукові теорії можуть підпадати під модні віювання, все задля того, щоб привернути увагу оточення, оскільки для суспільства змістовні внутрішні здобутки часто перекриваються зовнішнім образом актуальності, яскравості теми тощо. Також слід зауважити, що етика у суспільстві постмодернізму відходить на задній план, пропускаючи вперед естетику разом з культом фізичних та чуттєвих насолод. Важливою рисою постмодернізму є театралізація, адже усі події суттєвості набувають форми своєрідного шоу – певного демонстративного яскравого дійства.

Розуміння постмодернізму як специфічного явища в історії і соціології розробили такі філософи як М. Фуко [29; 30], Ж. Дерріда [36, 41] та інші.

У роботі «Слова і речі», яка принесла Фуко першу славу, захищається структуралістська точка зору: людина – це соціальна конструкція, а реальність в самій своїй основі – це структури. М. Фуко критикує теорії, пріоритетом яких є розуміння людини як автономного індивіда, оскільки соціальні конструкції і реальність по своїй суті є структурами. Філософ шукає те, що він називає «археологією гуманітарних наук», тобто основні структурні зв'язки даної епохи.

Мішель Фуко розглядає моду як частину постсучасного і постісторичного культурного тренду та як повноцінного учасника соціальної комунікації епохи пізнього капіталізму. Філософ висловив тезу про дисциплінуючу дію модної індустрії на потяг до модного суб'єкту, що конструюється типом організації свідомості постмодерної людини [7].

Ідея Фуко, яка зробила найбільший внесок у дослідження моди полягає у розгляді одягу як такого, що втілює у собі певні значення та є соціально інформативним. Пропонується сприйняття одягу саме як такої речі, що одягнена на людині, замість його сприйняття з візуальної точки зору як самостійного об'єкту.

Одна з ключових перспектив дослідження моди у М. Фуко це розгляд через призму влади. Влада в даному випадку криється не у політичному лідерстві, а у настановах щоденного життя, у різноманітних техніках соціального контролю, які втілюються через сучасні інститути та створені задля домінування над людьми: «...окрім взрощування образу піклування та реабілітації, тюрми, лікарні, школи розроблені з метою зміни людини та встановлення владних стосунків...» [53]. Такі стосунки Фуко охарактеризував як біополітичні. Таким чином розмова переноситься у поле дисциплінування людини та її щоденних практик, які грають вирішальну роль у судженнях про себе та інших.

На думку філософа, дисципліна створює певний тип людей, для ілюстрації принципу організації такого дисциплінарного суспільства він наводить приклад тюрми Паноптикон, де в'язні перебувають у постійній і повній видимості перед

наглядачем - це місце, де самодисципліна та самоконтроль впроваджуються за рахунок страху перед постійним наглядом. Цей всепроникний нормалізуючий нагляд таким чином підміняє собою місце грубої сили і замикає індивіда у пастку видимості. Звісно, ці твердження не можна повною мірою перенести на суспільство, проте вони слугують влучною аналогією. До технік контролю які використовує влада дисциплінарного суспільства він відносить ієрархічне спостереження, тестування та екзаменацію, процедури направлені на унормування суджень. Дисциплінарна влада також захоплює тіло, вона впорядковує його рухи та формує поведінку. Вона має на меті перетворення тіла на об'єкт знань та ціль для застосування влади [53].

Під впливом різних інститутів та практик саме тіло стає предметом моди. Вона формує домінуючі наративи в суспільстві з приводу здоров'я, гендеру, сексуальності, класу та раси (якщо не формує безпосередньо, то підтримує вже існуючі наративи).

Мода виступає як частина дисциплінарної влади, яка змушує людей змінювати тіло та його форму. Та тривога, яку ми відчуваємо з приводу нашого тіла та зовнішності є результатом режиму сучасності, де всі знаходяться ніби під прицілом. Мова йде не просто про ідеалізовані образи, які слугують нагадуванням про існування превалюючих норм краси, цей пильний унормовуючий погляд набагато більш прискіпливий, він сягає кожної частини людського тіла та слугує болісним нагадуванням про те наскільки неідеальними є наші тіла у порівнянні з ідеалами соціуму. Однак ми не вимагаємо суду над владою, ми продовжуємо шукати в собі відхилення, недоліки та звинувачувати самих себе. Люди в сучасному суспільстві відчувають себе ніби у Паноктикумі, їх супроводжує тривога з багатьох приводів пов'язаних з публічністю. Особливо це стосується нав'язливих думок критичного характеру що стосуються наших тіл.

Також, реалізація влади у моді тісно пов'язана з порушенням табу, адже стосується досить важливого аспекту моди й одягу загалом - привернення уваги іншої особи до свого тіла. Завдяки моді реалізується та практично винаходиться

в культурі сексуальність, тому вона досить часто виходить поза межі дозволеного. Мішель Фуко доводить, що сексуальність існує у сфері пізнання лише завдяки владним інтенціям в культурі. Інструментальний характер влади використовує сексуальність як спосіб контролю над тілом, а тому мода слугує інваріантом складних маніпуляцій інституту влади над індивідом загалом і статтю зокрема. [7, С. 152].

У своїй критиці традиційної західної раціональності М. Фуко стоїть в одному ряду з деконструктивістами. Філософ захищає тих, кого визначають як «іншого», не такого як всі. Політичні переконання Мішеля Фуко настільки напористі, а його антагонізм ілюзіям філософського обґрунтування являється настільки послідовним, що виникає дисонанс між практичною позицією теоретика і його філософським скептицизмом.

Слід зазначити, перемістившись виключно із сфери філософії у моду, поняття «деконструкція», не лише внесло нові трактування стереотипів модного проектування і застарілих догм, а й збагатило словник форм, а також деформувалося, розширивши спектр своїх значень.

З моменту появи перших теоретичних робіт про моду і деконструкцію, подана сфера діяльності була оцінена як самобутній специфічний феномен. Його своєрідність полягала в неоднозначному розумінні явища, тому з одного боку, деконструктивізм розглядався як форма одягу чи костюма, а з іншого – деконструкція сприймалася більше, ніж звичайний модний тренд.

Головним теоретиком течії деконструктивізму вважається Жак Дерріда. Саме його теорія деконструкції стала одним з основних концепційних джерел постмодерністської естетики. Досліджуючи деконструкцію, Ж. Дерріда не надає їй конкретного визначення та не аналізує засоби й результати її застосування до будь-якого тексту. Філософ наголошує на неможливості точного визначення деконструкції, тим самим акцентуючи увагу власне на процесі деконструювання. Жак Дерріда не пише про деконструкцію як про пряме руйнування, натомість вважає її певним філософським прийомом, який у свою чергу базується на матеріалах естетики та мистецтва [36].

Щодо моди, то деконструктивізм у цій сфері має певні характерні ознаки, такі як:

- використання нетрадиційних матеріалів;
- заміна елементів одягу;
- стримана кольорова гама;
- інверсія;
- абстрактність;
- акцент на новітніх технологіях;
- концептуальна незавершеність виробів;
- прогресивність;
- інтелектуальність та символізм [32].

Поступово деконструкція стала одним із найзначніших та найважливіших феноменів у моді культури постмодернізму, що зумовило критиків та дослідників відносно своєчасно здійснити власне переосмислення уявлення про модний костюм. Ця зміна стосується не лише розмов про одяг та речі в концептуальному контексті деконструктивізму, а й моди в цілому. Деконструкція здійснювала спроби виявити рушійні сили розвитку моди, висвітлити моду з середини її структури та розкрити стрижневі орієнтири модного буття в цілому. Досліджено, що деконструкція за Ж. Деррідою розкриває смислотворчий потенціал в модній практиці та дає новий імпульс її справжньому відродженню [36, С. 105].

Отже, мода – явище культурне та символічне, що є результатом відношень людини та оточуючого її соціуму. Характерним є нескінченна потреба у створенні нових форм, оскільки саме новизна робить моду привабливою. Мода здатна генерувати нові ідеї або ж переосмислювати у новому контексті вже існуючі. Варто зауважити, що зміст моди постійно змінюється, проте мода як форма завжди залишається незмінною та здатна регенерувати сама себе. Межа між необхідним одягом та модним одягом дуже тонка, оскільки мода настільки тонко влітається у структуру культури, що практично зрівнює необхідне з бажаним.

## 1.2. Суспільство споживання та його способи інклюзії індивідів

Бурхливий технічний та економічний розвиток капіталізму сприяв виникненню суспільства споживання. Споживання входить до числа основних сфер життєдіяльності людини, трансформуючись у різні типи та поступово набуваючи глобальних масштабів. Термін «суспільство споживання» ввів німецький філософ Е. Фромм. Слід зауважити, що подана ним концепція визначає сукупність певних суспільних відносин, які організовані на основі принципу індивідуального споживання. Також ці суспільні відносини характеризується масовим споживанням матеріальних благ та формуванням відповідної системи цінностей і настанов [6, С. 76].

Невпинне зростання матеріального добробуту суспільства характеризується руйнацією ієрархії традиційних цінностей та сприяє виникненню явища, яке визначається як «споживацтво» або «консюмеризм». Поданий термін характеризує особливу ідеологію споживання, яка значним чином змінила екзистенціальне становище і ціннісний світ сучасної людини, для якої власне споживання у всіх його різновидах і формах стає кінцевою метою і сенсом існування.

Термін «споживання» окреслюється, як інтенсивний процес вибору, регулярного оновлення та організації звичних побутових речей, активним учасником якого є кожен член суспільства. Людина прагне вічно зникаючого ідеалу – певного модного зразка, випереджаючи час та купуючи речі, яких немає в наявності, які є лише на ескізах, тим самим людина намагається зафіксувати і привласнити собі час – збираючи старовинні і колекційні речі [6, С. 77].

Французький філософ Жан Бодрійяр виділяє декілька відмінних видів споживання у «суспільстві споживання», які можуть бути сумісними між собою [37]. Перший тип являє собою функціональне споживання, воно характеризується задоволенням базових потреб людей, має утилітарний характер. Другий тип це знакове символічне споживання, що окреслюється певного роду кодом, своєрідною мовою спілкування між людьми. Товари

використовуються як засоби демонстрації соціального статусу, формування ідентичності або ж виступають індикатором приналежності людини до певної соціальної групи. Третій тип визначається як симулятивне споживання, характеризується він створенням штучного образу використовуючи ілюзію володіння соціально значимими товарами. Наприклад, сюди можуть входити різного роду підробки люксових речей, або їх оренда.

Зародженню та виникненню суспільства споживання передували наступні умови, такі як:

- поява нових громадських стабілізаторів сфери споживання (споживча культура, мораль споживання, етичність), оскільки умови споживання почали репрезентуватися, як певні цінності;

- зростання економіки та активізація кредитно-грошової політики в цілому;

- підвищення ступеню різноманітності товарів і послуг, якому сприяв переворот у торгівельній сфері;

- розвиток підприємництва та конкуренції і значне поширення власної свободи,;

- зосередження мешканців у містах та процес урбанізації, що відобразив значні переми в соціальній та економічній сферах життя суспільства;

- здійснення перебудови структури споживання;

- виникнення споживчого попиту на керування ходом споживання та поява різноманітних способів впливу на свідомість споживача [22, С. 54].

Основною запорукою зазначених умов виникнення суспільства споживання є прогрес, що сприяв спричиненню нового простору та спровокував збільшення потреб потенційного споживача, що з часом перетворилося на нестримне споживання різноманітних благ.

Мода досягає стадії споживання, коли вона піддається процесу перетворення і трансформації у щось конкретніше та відчутне, а саме в моду у вигляді одягу. Щоб підтвердилася і зміцнилася віра в моду, потрібно щоб мода, яка пройшла етап створення, виявилася затребуваною. Інакше мода не буде

повністю сформованою, як культурний продукт без завершального акту, що представляє собою схвалення і споживання.

У суспільстві споживання кожна особистість прагне споживати так, щоб не бути гіршою за інших та не зливатися з натовпом. Індивідуальне споживання демонструє не лише соціальні характеристики самого споживача, а й відображає його соціальний статус та особливості індивідуального способу життя.

Рушійною силою будь-якої діяльності індивіда у суспільстві споживання є потреба. Існує досить багато різноманітних підходів та класифікацій потреб, загальний підхід пов'язаний із виокремленням базових життєво важливих та ідеальних духовних потреб. Базовими являються здебільшого фізичні потреби, які є загальноприйнятими для усіх людей – потреби у воді, їжі, одязі, житлі, статевому задоволенні, повноцінному сні, вільному переміщенні та різноманітних задоволеннях. До основних духовних потреб варто віднести потребу в спілкуванні, праці, пізнанні, суспільній діяльності, естетичному задоволенні та моральних запитах [6, С. 78].

Споживацькі можливості та побажання щодо вибору різноманітних модних продуктів безпосередньо залежать від сталих економічних реалій суспільства. Саме криза являє собою досить активний стимулятор творчих пошуків і креативних експериментів, особливо у іміджі та сфері моди, кризова ситуація не в змозі нівелювати прагнення людини бути яскравою, модною та індивідуальною. Реалізація даного прагнення характерна як для сегментів індустрії моди, які орієнтовані на індивідуальний дизайн, так і для тих сегментів, які орієнтуються на одиничне виробництво модних продуктів [34, С. 119].

Суспільство споживання задовольняє бажання отримання речей, однак ще більше воно потребує їхнього руйнування, оскільки використання речей веде до їх повільного відмирання. Штучно створена цінність є більш значущою, якщо в неї закладено швидке відмирання, саме тому руйнування виступає основною альтернативою виробництву. Для споживання притаманне глибоке бажання перевершувати себе перетворюючись на руйнування. Врешті, варто зазначити,

що у руйнуванні речі існують у вигляді надлишку та демонструють своїм зникненням багатство [6, С. 82].

Споживання в епоху постмодерну провокує занепад норм моралі, етикету та мови, натомість створює універсальний засіб – «код стендінга» (показник життєвого рівня, комфорту та розкоші). Універсальний код – стендінг, поглинає моральні цінності, універсалізує та спрощує індивідуальність, соціальну гідність та регресує до межі духовність.

У суспільстві споживання вже самі речі визначають людину. Воно робить людину несамоствійною і в той же час залежною. Основною метою індивіда стає лише споживання, а навчання та наполеглива робота, являють собою лише побічний ефект результативності.

Однією з основ сучасної цивілізації, яка міцно вклинилася в буття щоденного життя стала ідеологія консюмеризму, тобто споживання. Таким чином було досліджено, що суспільство споживання – це суспільство, яке деградує; суспільство, яке замість морально-етичних цінностей ставить вище речі, постійно нагромаджуючи їх. Епоха постмодерну сприяла трансформації споживання, перетворюючи з матеріальної практики на соціокультурну. У зв'язку з філософією постмодернізму споживацтво достатньо змінює поведінку людей і вірогідну систему цінностей, а також істотно впливає на людяність суспільства та їхню моральну культуру. Сучасним світом правлять бажання і потреби, тому соціальні наслідки породжені проблемою антропології споживання стають головною темою XXI століття.

Сьогодні мода є масовим феноменом, який є носієм певних смислових символів та характеризується візуальним відображенням певних категорій індивідів, а також мода сама конструює ці символічні смисли, а отже, й ідентичності в цілому. Одяг є елементом повсякденності, який демонструє певні цінності та статуси осіб й поширюється на масову аудиторію.

В періоди кризового буття споживацького суспільства особливої популярності набувають ретроспективність і еkleктизм, напрями які являють собою тенденції формування модних трендів у сучасній індустрії моди.

Отже, суспільство споживання утворювалося паралельно до трансформації самого суспільства та зміни соціальних орієнтирів індивідів, саме тому сьогодні суспільство споживання являє собою досить активну та суперечливу систему. Суспільство споживання породжує схильність до імітації, що проявляється у перейманні стилю певної групи осіб, здійсненні співвідношення себе із цією групою та наочної демонстрації наявної відмінності від інших, що адаптуються у навколишньому середовищі.

### **1.3. Базові тенденції формування субкультур в ситуації постмодерну**

Мода субкультур посідає вагоме місце у сучасному суспільстві, оскільки вона актуальна, незвична та чинить значний вплив на світові тенденції індустрії моди. Різноманіття субкультур вражає, тому кожна молодіжна субкультура прагне підкреслити власну оригінальність і самобутність, створити своє та виокремитися й відгородитися від загальноприйнятого.

Однак для початку варто детальніше зрозуміти специфіку терміну «субкультура». З латини «sub» — «під» і «cultura» — «культура», отже субкультура у буквальному перекладі звучатиме як «підкультура». Це значення цілком відображається у визначенні тлумачного словника іншомовних понять: «Субкультура - частина культури суспільства, яка відрізняється від домінуючої більшості, а також соціальні групи носіїв цієї культури. Субкультура може відрізнитись від домінуючої культури власною системою цінностей, мовою, манерою поведінки, стилем життя» [24]. Отже, субкультура являє собою альтернативну пануючій культуру, котрій притаманні специфічні: світогляд, цінності, сфери діяльності, стиль зовнішності та життя.

Тенденції ідентичності демонструють наявні у суспільстві зсуви у розумінні того як люди сприймають та виражають свою ідентичність. Тенденції ідентичності в моді пов'язані з початком переходу до постіндустріального суспільства, оскільки саме в той час проявилися найгостріші протиріччя у цій сфері, які здебільшого віддзеркалилися на молодіжній моді, оскільки вона була

найдинамічнішим тогочасним явищем завдяки виникненню субкультур [15, С. 117].

Мода являється одним із соціально значущих засобів особової ідентифікації, що вкрай важливо для молодого покоління, яке перебуває у процесі формування власної самосвідомості і лише починає пошуки свого місця в соціумі. Процес становлення молодого особистості в сучасному суспільстві базується на результатах соціалізації. Молодіжне середовище завжди помітно тяжіє до вікового, наднаціонального та неідеологізованого єднання.

Співставивши молодіжні субкультури і моду, можна визначити, що мода продукує все нові й нові образи субкультур, генеруючи надособливу форму культури, яка щоденно збагачує загальносвітовий культурологічний простір.

Субкультура слугує окремим відгалуженням загальної культури та відрізняється певною локальністю і своєрідним ступенем замкненості. Слід зазначити, що здебільшого субкультура характеризується власною несхожістю та відмінністю в розвитку ціннісних орієнтацій, а також певною самостійністю й автономністю. Субкультура досить лояльна до основних ціннісних установок панівної культури, хоча бувають різноманітні винятки.

Молодіжна субкультура – утворена частина культури суспільства, всередині офіційної культури, яка вирізняється своєрідними нормами поведінки та власною системою цінностей [16, С. 148]. За системами поглядів, філософія субкультур охоплює безліч інтересів, до яких входять різноманітні напрями мистецтва, музичні стилі, політичні уподобання та сексуальні переконання, які досить яскраво доповнюються зовнішньою атрибутикою, що включає одяг, зачіску, аксесуари та символіку, яка свідчить про приналежність до тієї чи іншої групи, оскільки кожна молодіжна субкультура акумулює свою самобутність і оригінальність.

Внутрішня система субкультурних груп досить мозаїчна та нетривала й досить часто змінюється з появою нового покоління. Здебільшого під час зміни поколінь формуються й трансформуються ідейно-перетворювальні характеристики молодіжних субкультур, що свідчить про те, що молодіжна

субкультура зароджується й підтримує своє існування в контексті певних потреб молодих людей задля соціалізації та здобуття загального визнання та поширення у суспільстві. Молодіжна субкультура – це не що інше, як своєрідна форма самовираження, яка демонструє яскраве самостійне висловлювання про найважливіше для сучасної молоді: пригодницьке життя, можливості зміни світу, знищення стереотипів, відмов від соціальних постулатів, утвердження альтернативної позиції життя та укріплення її в різних соціокультурних догмах. Саме в основі цього явища лежить особливий спосіб світосприйняття субкультур зі своєю системою духовних цінностей [2, С. 86].

Існує досить багато різноманітних класифікацій молодіжних субкультур, проте найбільш повною виявилась наведена далі узагальнена класифікація, оскільки за її визначенням субкультури умовно можна розділити на певні групи, що:

- пов’язані з музикою (музичні фанати та послідовники культури різноманітних музичних стилів – металісти, рокери, готи, панки, репери і транскультурні напрями);
- мають своєрідний світогляд та спосіб життя (готи, хіпі, панки, растамани);
- пов’язані зі спортом (спортивні фанати, скейтери, ролери, байкери);
- пов’язані із зануренням в іншу реальність (толкієністи, геймери);
- пов’язані з комп’ютерними технологіями (хакери, юзери);
- вороже чи асоціально налаштовані групи (панки, скінхеди, гопники, нацисти);
- релігійні об’єднання (сатаністи, секти, кришнаїти, індіаністи);
- групи сучасного мистецтва (граффітчики, брейк-дансери, художники, скульптори);
- еліта (мажори, рейвери);
- антикварні субкультури (бітники, роккабільщики);
- субкультура мас – контркультура (гопники, реднеки);

– соціально-активні (товариства захисту історії та оточуючого середовища, пацифісти, зоозахисники та ін.) [31].

Молодим людям у складі субкультур притаманні такі риси, як несамовитість, максималізм та дух експериментаторства, оскільки саме цей період у житті порівняно вільний від сімейних і громадських обов'язків та наповнений авантюризмом та пригодами. Зародженню молодіжних субкультур сприяє потреба у суперництві, яка проявляється через винаходження екстремальних видів спорту, створення різноманітних танцювальних, музичних та художніх напрямів, повному зануренні у віртуальний або ж фантастичний світи.

Слід зазначити, що масова мода деіндивідуалізує особистість. У ситуації зовнішньої схожості людей, які одягнені в ідентичний одяг це не відображає їх внутрішні переконання, стиль життя і таке інше. В той час як в субкультурах створюючи певну первинну соціальну єдність на базі зовнішньої схожості, схожими є і їх мова та думки, за рахунок чого породжується вторинний емоційний зв'язок між усіма учасниками. Отже, спершу людей об'єднує лише зовнішня схожість, а вже опісля на цьому ґрунті під час розмови виникає почуття спільності та приналежності.

Від інших галузей культури молодіжні субкультури відрізняються яскравим прагненням щодо закріплення найважливіших світоглядних ідей у виразній експресивній формі, здебільшого незрозумілій для більшості суспільства, проте такій, яка відразу привертає увагу та викликає зацікавлення.

Актуалізація демонстративно-епатажної манери поведінки різних молодіжних субгруп проявляється у вигляді артизації, як форми естетичної гри в житті та діяльності, що відображається в особливому стилі, який включає не лише зухвалість норм поведінки, але й специфічні риси в одязі, зачісках та аксесуарах [2, С. 88].

Зовнішній вигляд представників сучасних найчисельніших субкультур, який наочно демонструє принцип масовості моди, дозволяє нам

охарактеризувати, як вплинув на формування модних тенденцій і об'єктів штучно створений імідж представників різноманітних молодіжних субкультур.

Сьогодні, індустрія моди спрямована на максимальне задоволення потреб різноманітних категорій потенційних споживачів, адже для цього проводилися значні соціологічні, ергономічні, економічні та культурологічні дослідження.

Різнманітні модні новинки роблять доступними для прихильників усіх стилів на різних континентах демократизм моди та відсутність жорстких естетичних обмежень щодо зовнішнього вигляду, орієнтація на великі обсяги масового виробництва, багатоманіття модних об'єктів та достатньо різний ціновий діапазон. Кульмінація суспільного емоційного сприйняття стосовно тенденцій ідентичності моди субкультур полягає у посиленні соціокультурних суперечностей, потреб у самовираженні, гострому потягу до змін, відмові від звичного і традиційного та зародженні нових ідей [2, С. 88].

Варто зазначити, що основними чинниками взаємодії моди та молодіжних субкультур являються: вплив, обмін, запозичення, поширення та наслідування. Імідж представників субкультур досить тісно переплітається з іміджем модних осіб, оскільки обидва ці типи іміджів ґрунтуються на спільних суспільних законах, проходять ідентичні цикли розвитку та трансформації, а для їхнього поширення використовуються аналогічні засоби і методи.

Вплив субкультур на тенденції ідентичності моди досить значний, оскільки новостворені молодіжні стилі кидають виклик більш традиційним стилям, створюючи нові правила, виготовляючи нові товари та регулярно оновлюючи старі.

Приналежність особи до певної категорії індивідів визначає смаки, які чітко відображаються на зовнішньому вигляді. Незамінним елементом повсякденності людини є одяг, який, відповідно до семіотичного підходу, містить певні коди та значення, тому саме одяг стає суб'єктом взаємодії й конструює тенденції ідентичності осіб сьогодення.

Врешті решт, можна констатувати, що мода молодіжних субкультур, з одного боку, являється дзеркалом культури сучасного суспільства із певними

властивими йому цінностями, соціокультурними настановами та світосприйняттям, а з іншого – вона завжди є більшим або ж меншим запереченням загальноприйнятих позицій у тісному зв'язку з генераційними особливостями.

## РОЗДІЛ 2

### АНАЛІЗ РОЛІ ОБРАЗУ НА РІЗНИХ ЕТАПАХ РОЗВИТКУ ХІП-ХОП КУЛЬТУРИ

#### 2.1. Генеза хіп-хоп руху

Батьківщиною хіп-хоп культури є Сполучені Штати Америки. Також там вперше з'явилося таке явище як вулична мода. Саме за цією країною закріплено протестний та альтернативний образ андеграунду, нонконформізму та контркультури.

Розуміння стилю, моди, костюму в хіп-хопі, неможливе без розуміння ідеології та філософії цього руху (власне одяг відображує психологію, настрій, внутрішній світ, як окремого індивіда, так і спільноти), а їх у свою чергу неможливо зрозуміти без контексту, особливо за часів виникнення цієї субкультури.

Як вже було зазначено, хіп-хоп виник у США, а саме це відбулось у Нью-Йорку на початку семидесятих років ХХ ст. Він являє собою нову культуру, яка виникла всередині більш глобальної американської культури. Ця субкультура виникла зовсім не випадково, власне можна сказати Америка сама створила її, вона стала наслідком політики расової сегрегації.

У часи коли рабство в Сполучених Штатах було дозволено переважно більшість рабського населення складали темношкірі люди вивезені із Африки та їх нащадки. І хоча законодавчо рабство було скасоване 13-ю поправкою конституції у 1865 році це був лише перший крок у звільненні африканського народу. За кілька століть рабства в суспільстві закріпилась установка верховенства білого населення над темношкірим, навіть не просто зверхності, а буквального володіння, панування. Рабство було широко розповсюджено ще до кінця ХІХ ст., надалі ж існували порядки, які дозволяли використовувати засуджених як робочу силу, відбувалась діяльність Ку-клукс клану, а також діяла вищезгадана політика расової сегрегації. Сегрегація є формою дискримінації, яка полягає в фактичному або юридичному розділенні в межах одного соціального

середовища різних груп людей, які вирізняються за расовими, гендерними, соціальними, релігійними, мовними чи іншими ознаками, що призводить до подальшого обмеження їхніх прав на законодавчому рівні. В даному випадку біле населення США примусово відокремлювало себе від темношкірих людей та індіанців. Відокремлення полягало у відведенні окремих місць для темношкірих у транспорті, окремі черги у магазинах та інших закладах, в деяких навіть просто відмовляли у обслуговуванні, заборонялося одружуватись на білих жінках, вільно пересуватись країною, обирати роботодавця, накладались обмеження при голосуванні, а також у гіршому викладанні в навчальних закладах, місця в яких, звісно, так само були розділеними. [1]

Однак для нас у процесі дослідження народження субкультури хіп-хопу найголовнішим обмеженням є ускладнення, а іноді і повна заборона переселення до якісного житла та певних районів міст, натомість держава будувала (або заселяла у збудовані) нові райони, де надавала темношкірим житло. Умови життя у таких районах були далеко не найкращими, починаючи з відсутності батарей обігріву та гарячої води, закінчуючи тим, що замість поліції законом там були злочинні угруповання між якими часто відбувались сутички не говорячи вже про пограбування мирного населення, як і відношення поліцейських до мешканців залишало бажати кращого. Як результат ми отримуємо замкнені суспільства темношкірих з поганими умовами життя переїхати звідки практично неможливо враховуючи усі інші обмеження. Тема «вибратись з гетто» ще надовго буде супроводжувати хіп-хоп та стане одним із лейтмотивів у реп композиціях.

Започаткувавшись як розважальний музичний жанр на вуличних вечірках, які проходили у закинутих будівлях та парковках, згодом він обріс танцем, вуличним мистецтвом (графіті), своєю філософією, модою та врешті решт став потужною платформою для вираження протесту.

Слід зазначити, що слово «хіп» (від англ. «hip») запозичене з афроамериканського діалекту і слугує для позначення рухомих частин людського тіла, слово «хоп» означає «стрибок, скачок» та використовувалося у значенні «здобуття знань, вдосконалення». Об'єднавшись, ці два слова

відображають розвиток, рух вперед, осмислення сучасного життя, гостру критику негативних моментів, тобто ідею всього напрямку хіп-хопу. На етапі зародження напрямку хіп-хопу представляв собою яскраво відображену соціальну орієнтацію у творчості, де висловлював протест несправедливості, пануванню грошей та корупції [8, С. 16].

Формуванню хіп-хопу як світогляду ми здебільшого зобов'язані уроженцю Південного Бронксу – Афріці Бамбата. Він являється одним із перших реперів у музичній історії. Саме він дав назву поданому вуличному стилю, назвавши його «хіп-хоп». Африка Бамбата був лідером Black Spades, одного з найбільш жорстоких та сумнозвісних угруповань того часу, проте коли він трансформувався й направив свою енергію в русло зовсім нової культури, він повів за собою багатьох, що сприяло перетворенню Black Spades в істотно нову організацію, спрямовану на саморозвиток і загальний мир у суспільстві. Тому подана організація відродилась у культурній сфері хіп-хопу під назвою Zulu Nation, що значно вплинуло на подальший розвиток танцювальної культури, репу та графіті [8, С. 16].

Очевидним фактом значної популярності та широкої слави хіп-хоп культури є її багатогранність, оскільки хіп-хоп – це не лише музичний і танцювальний напрям, це також унікальна та неповторна молодіжна течія, яка пропагує свободу, й відкрите протиставлення себе цілому суспільному світові.

Співставляючи філософію хіп-хопу з його модою як раз можемо це побачити - крій одягу легкий та вільний й не сковує жодного руху (також вільний рух був необхідним для танцю брейкданс). Зазвичай це могли бути спортивні костюми, куртки-бомбери, різноманітні кольорові куртки та светри, спортивні кросівки (Adidas, Nike тощо) з великими або плоскими шнурками, головний убір (бейсбольна кепка, гаврош, берет або навіть міхова шапка. Особливою популярністю користувався бренд Kangol) та речі більші на декілька розмірів (оверсайз). Оскільки, знову-таки, це було малозабезпечене суспільство люди намагались одягтись стильно доступними методами. По-суті, речі могли бути практично будь якими, адже це і є головна цінність у хіп-хоп культурі – свобода.

Водночас, звісно, мода цього руху мала свою айдентику за якою можна було відрізнити «свого». Людина, котра одягалась відповідно до цього стилю та розділяла цінності руху ставала його учасником, отже, стильний одяг був таким собі необхідним «дрес-кодом» для прийняття в групу. Одягаючись в однаковому з усіма стилі це породжувало відчуття причетності та дозволяло ідентифікувати себе як члена групи. Таким чином образ виступав також фактором соціалізації.

Враження людей про нас формується за допомогою зовнішності, настрою, тембру голосу, змісту сказаного, відповідно до цього вони оцінюють нас, у них формується набір ярликів відповідно яким вони і будуть вести себе у спілкуванні. Окрім соціально-психологічного аспекту визнання, самопрезентація до певної міри також визначає весь життєвий успіх. Роль моди та стилю була настільки значимою, що «бути стильним було важливіше, аніж мати гроші» [42].

Наступна важлива роль хіп-хоп моди, яка напряду витікає з ідеології свободи, це свобода самовираження, можливість реалізувати свій творчий потенціал, дослідити свою креативність. Та як результат, індивід має можливість сформувати свій образ, який дозволить йому почуватись оригінальним, надасть новий шар власної ідентичності.

Цікавою є ситуація з протестним характером хіп-хопу. За своєю сутністю та ідеологією це безперечно протестний напрямок, який є ідеологічним продовженням активних протестів темношкірого населення у 60-ті роки ХХ ст. Однак у моді та одязі ми не бачимо такого яскравого протесту який був скажімо у таких субкультур як панк та хіппі. Хіба що можна навести приклад кремезних золотих прикрас на шиї серед заможних учасників.

Феномен культури хіп-хопу полягає у певній розмитості правил та обмежень. Набуваючи широкої популярності цей стиль стає комерційно успішним та привабливим, поступово переміщуючись з вулиць у танцювальні зали, клуби та на сцену [46].

Хіп-хоп субкультура – це своєрідний стиль життя та самобутній спосіб самовираження сучасного молодого покоління. Сьогодні хіп-хоп являється

невіддільною частиною культури не лише США, а й усього світу, оскільки графіті, брейк-данс, хіп-хоп та реп набули широкої популярності.

Врешті зауважимо, що спершу хіп-хоп виглядав, як своєрідна можливість творчого вираження та виходу з гетто для міської молоді. Це була певна втеча від фінансової кризи. Для боротьби з гнітючими умовами, започаткували проведення хіп-хоп вечірок на вулиці, в підвалах, парках та клубах, також використовували потяги, закинуті будівлі, поліцейські установи та інші платформи для демонстрації вираження субкультурних переконань. Загалом, вулична культура, своєю трансформацією в культуру хіп-хопу започаткувала значну ґрунтовну базу у розвитку музичної індустрії, хореографії та художнього мистецтва.

## **2.2. Гангстерський реп та війни банд – колір, як знак приналежності. Диференціація в контексті свої/чужі**

Зростання впливу шоу-бізнесу на реп-культуру призвело до зростання шанувальників репу, тому поступове становлення репу стало частиною всесвітньої масової культури. У 80-90 роках ХХ століття виник своєрідний феномен хіп-хопу – гангстерський реп.

Гангста-реп – різновид хіп-хоп стилю, тексти якого здебільшого пронизані агресією та жорстокістю, а також пропагують цінності кримінального середовища. Гангстерський реп підірвав систему фундаментальних цінностей, на яких базувалися «old school» (стара школа репу) та первісні течії репу. Також поданий піджанр став своєрідним уособленням репу вільного від поп-культури [43].

Гангстерський реп зародився на вулицях неспокійних і депресивних чорних районів гетто в Нью-Йорку і Лос-Анджелесі. Засновником поданого жанру вважається американський репер Ісе-Т, який у 1982 році вперше читав про свою бурхливу та нестримну хуліганську молодість у трєці «Cold Wind

Madness», а у 1986 розвинув тему з якої починається історія гангсту в треці «6 in the Mornin».

Слід зазначити, що одночасно з Ice-T читати про життя молодіжних злочинних банд та угрупувань почали Schoolly D, Eazy-E, N.W.A., а також Boogie Down Productions, які вважаються першими гангста на східному узбережжі.

Стиль виконавців гангста-репу не надто відрізнявся від моди хіп-хопу на її початку. Виконавці були одягнені у широкі мішкуваті штани, худі або ж толстовки, білі кеди та кепку, також досить часто використовували одяг кольорів місцевих футбольних фанатів. Відрізнявся гурт Public Enemy's який за допомогою одягу проголосив свою позицію проти військової політики та суттєво суворішої наркополітики.

Лірика гурту «N.W.A.» базується на насильстві, використанні зброї та вживанні наркотиків. Висвітлення даної тематики у місцевих засобах масової інформації забезпечило миттєвий розголос, надаючи відносно пояснення зростаючій кількості вбивств серед молодих чорношкірих людей внаслідок суцільної ворожнечі різного роду банд і наркодилерів. Натомість «N.W.A.» стверджували, що вони просто «репортери» того, що насправді діється на вулицях Лос-Анджелеса [40].

У 1990 році гурт «N.W.A.» раптово розпався через значне фінансове непорозуміння з менеджером. Після розпаду, найбільший вплив на субкультуру хіп-хопу зробили учасники «N.W.A.» – Eazy-E, Dr.Dre, Тупак Шакур та Ice Cube.

Гангстерський реп став настільки привабливим та популярним, що поступово почали з'являтися латиноамериканські виконавці. Вийшов перший альбом «Hispanic Causing Panic» випущений латиноамериканцем Kid Frostom, що відкрив дорогу на сцену наступним іспанським та мексиканським виконавцям.

У 1992 році дебютний альбом Dr. Dre «Chronic» став популярним на «західному узбережжі». Провідною темою альбому являється заохочення вживання марихуани, замість алкоголю, що стало початком нової тенденції у хіп-хопі – вживання наркотиків [48].

Лірика гангстерського репу відображається прямою лайкою, сексизмом, відкритим расизмом, класовою ненавистю та гомофобією. Слід зазначити, що якщо реп «старої школи» слухали переважно у гетто, то гангста-реп слухали практично всюди, оскільки він набув широкого поширення. Натомість, реп про наркотики, повій та насильство обурював безліч громадських організацій Америки, тому було вирішено запровадити етикетки «Parental Advisory», які регламентували купування альбому дітьми лише з дозволу батьків. Також громадські організації та конгресмени звинувачувалися у расистській цензурі при спробі впливу на гангста-культуру.

У 1990-х роках стрімкого зросту набула Нью-Йоркська сцена хіп-хопу, що сприяло започаткуванню палкого протистояння двох узбережжя та двох головних банд. На західному узбережжі головним лейблом був Death Row Records, заснований Шугом Найтом та Dr. Dre, де видавалися Snoop Dogg, Тупак Шакур і Dr. Dre, натомість східне узбережжя було представлене лейблом Паффа Дедді «Bad Boy Records», де записувалися Lil' Kim, The Notorious B.I.G. Сучасні реп виконавці закликали до бунту та орієнтували на бунт, як на протест проти соціальної несправедливості та побутового расизму. Отож, значна конкуренція західних і східних реперів спершу відобразилася у стабільних образах у текстах треків, а потім у відкриті вуличну війну, в результаті якої загинули провідні виконавці – The Notorious B.I.G. і Тупак Шакур [38].

Хоч банди і не є частиною субкультури хіп-хопу, коли ми говоримо про гангстерський реп обійти їх стороною неможливо. У штатах тих часів існувало дві головні воюючі банди «Bloods» та «Crips». «Bloods» виникла шляхом об'єднання декількох менших угруповань у відповідь на безконтрольну агресію «Crips».

Дихотомія «свій – чужий» пронизує всю культуру людства і є одним із головних концептів будь-якого колективного, масового, народного, національного світосприйняття, навіть беручи до прикладу масову моду, там так само відбувається поділ на «тих хто в тренді» і хто «за бортом». Ця опозиція, як особливий специфічний спосіб категоризації світу, належить до ряду

універсальних оскільки як постійний принцип культури існує в основі етнічної самосвідомості та формує колективне світосприйняття [7].

Цікавим є те як за допомогою маніпуляцій можна перетворити «чужого» вже на «ворога». Основними принципами під час цього процесу є максимальне спрощення та апеляція до емоцій. Також важливим є дегуманізація ворога, адже у людини існує психологічний бар'єр на вбивство іншої людини, але якщо нав'язати, що ворог навіть не людина, а якесь чудовисько це дозволить обійти бар'єр. І всі ці риси ми можемо побачити у війні «Bloods» з «Crips»: все відбувається максимально спрощено, угрупованню «Bloods» належить червоний колір, а «Crips» - синій. Їх члени носять відповідного кольору бандани на обличчі та одяг – як результат за ними втрачається образ людини, наявність у всіх ворогів певного кольору перетворює їх на однотипну масу. Додати сюди специфіку сутичок у вигляді боїв за територію (або ти їх або вони тебе – те саме спрощення), а також як приклад сильної апеляції до почуттів може бути заклик помститись за легендарного музиканта якого було вбито членом банди-ворога [45].

В 1997 році після смерті Тупака Шакура Dr. Dre несподівано оголосив, що гангстерський реп вичерпав себе. В той же час, Dr. Dre продовжує розвивати різноманітні нові проекти, один з яких «Емініем» (Eminem), який став широковідомим виконавцем на реп-сцені. Білошкірий хлопець Емініем являється не типовим представником гетто, проте йому вдалося стати одним із найуспішніших виконавців цього жанру. Свого часу Dr. Dre надав своєму протеже власну музичну ідентичність.

Після закінчення так званої війни, представники гангстерського репу остаточно виходять з-під впливу криміналітету, під крило різних лейблів та корпорацій звукозапису. Поступово з'являються нові зірки масового репу та відроджуються старі, а шоу-бізнес заробляє значний прибуток на фільмах, альбомах та концертах.

До кінця 1990-х років гангстерський реп почав все більш комерціалізуватися, особливо на сході та півдні Сполучених Штатів Америки. Гангста-реп хоч і був досить популярним жанром в той час, проте він розглядався

поза мейнстрімом поп-музики, оскільки був покликаний представляти досвід бідних районів міст, а не популяризуватися і продаватися для поп-чартів. Тексти пісень ставали все більш легковажними та позитивними, а проблеми злочинності, наркоманії та критика суспільства змінилися на романтизований образ гангстера, що живе «солодким життям» [58].

Тексти гангста-реперів висвітлюють складне життя тогочасних осіб у негритянських гетто, що включає в себе вуличне хуліганство, торгівлю наркотиками і різного роду грабежі і перестрілки. Також у текстах досить часто використовуються нецензурна лексика та афроамериканський молодіжний сленг, тому більшість треків цього напрямку заборонені для прослуховування на радіо й перегляду по телебаченні, через потужні заклики до насильства, прямі образи поліції та здебільшого автобіографічну кримінальну тематику. Власне, представники гангста-репу пропонували нову ідеологію – кримінальний імморалізм та егоїзм.

Провідні виконавці течії музичного хіп-хопу критикували умови в Сполучених Штатах Америки, які вплинули на життя темношкірого населення як з особистого, так і з політичного погляду. Сучасний гангста напрям відображає яскраві особисті, а також національні та міжнародні відносини, що впливають на живий досвід чорношкірого населення Америки XXI століття [47].

Хіп-хоп виконавці вважають, що цинічні та нахабні тексти являють собою сатиру на сучасне суспільство та роблять спроби донести громадянам насувні проблеми молоді, такі як наркоманія, злочинність та жорстокість поліції.

Перемістившись із практично відлюдних від білого населення гетто до центральних та бізнес-районів міст, міський робітничий клас чорношкірих та латиноамериканських товариств прийняв до лав і в той же час вибудував свою сучасну субкультуру навколо музики та хіп-хопу, що певним чином створило власний геокультурний простір. В той же час більша частина білих перетворилася на аудиторію слухачів і покупців, а темношкірі та латиноамериканці стали головними трендсеттерами, забезпечуючи критичні вимоги для прихильників [46; 48].

Слід зазначити, що значна кількість родоначальників гангста були тісно пов'язані з екстремістським рухом за права чорношкірих «Чорні пантери» та іншими організаціями, які поділяють їхні погляди, оскільки дискримінація існувала в усі часи. Важливим чинником появи дискримінації можна вважати наявність певного соціального розшарування, що поділяє людей на «своїх» і «чужих» за расовою ознакою.

На початку ХХІ століття хіп-хоп музика є досить комерційно успішною, включаючи посередницьку діяльність та базове розмаїття напрямів і відгалужень поданого жанру. Виконавці поданого реп-напрямку прагнули скандальної та стрімкої слави, задля чого досить часто ставали активними учасниками вуличних батлів, бійок і перестрілок, а також фігурували у кримінальних новинах або ж розповсюджували наркотичні засоби. Визначні виконавці гангстерського репу достатньо часто займали одні з перших місць у списках найбагатших музикантів світу, тому незважаючи на ліричне наповнення репертуару поданих виконавців, їхні треки залишаються голосом покоління, які прагнули жити по-новому, запроваджуючи нові цінності та сенс життя.

### **2.3. Комерційний успіх жанру. Розкіш в хіп-хопі, «ера прикрас»**

Музика в сучасному суспільстві досить багатогранна, проте подане мистецтво відштовхується від певної низки моральних проблем. До основних проблем входять пропаганда, політична цензура, різноманітні квоти, а також глобалізація та комерціалізація.

Власне глобалізаційний процес всесвітньої культурної інтеграції, посилюючи інтенсивність культурних обмінів, сприяв поширенню хіп-хопу у світових масштабах, тому саме хіп-хоп розгорнувся від субкультурної до комерційної ідентичної діяльності. Сьогоденний світовий процес дозволяє ретельно розглянути економічні механізми функціонування культури, які під впливом глобалізації посилили зростання темпів виробництва, а також сприяли поширенню та споживанню культурних цінностей.

Зазначимо, що перетворюючись на глобальний товар та набуваючи показників економічного продукту хіп-хоп комерціалізується. В той же час, інформаційні технології забезпечують спрощення доступу до новітніх технологій у всьому світі, завдяки чому хіп-хоп зміг заповнити світову молодіжну спільноту.

Хіп-хоп музика досить швидко перетворилася на значну комерційну силу та стала демонструвати творчий потенціал, оскільки вона набула значного поширення по усьому світі. Поступово, музика стала видозмінюватися, стаючи все більш різноманітною та багатогранною. Послідовно, класичний напрям хіп-хопу витіснив треп, реп-рок та електроніку [60].

До середини 80-х років реп перестав бути музикою веселоців, вечірок та дискотек, оскільки у ньому все частіше почали з'являтися соціально-агресивні речитативи. Реп почав вважатися засобом самовираження афроамериканців, які мали що розповісти про власний соціальний статус, політичні права та побутовий расизм. Також поступово почали з'являтися різні комерційні спонсори, які завдяки потужній силі маркетингу, стали розуміти який вплив можуть здійснювати популярні репери на тогочасну молодь.

У середині 80-х років ХХ століття реп зумів вийти за рамки хіп-хоп культури в мейнстрім. Зазначимо, що мейнстрім використовується для визначення найпопулярнішої на радіостанціях і комерційно прибуткової течії в популярній музиці [47].

Значний вплив на комерційний реп здійснив MC Hammer. Репер народився та виріс у релігійній сім'ї, тому він не зіштовхувався з різноманітними негараздами вулиці, про які читав у своїх синглах. Його другий диск 1990 року випуску «Please, Hammer Don't Hurt 'Em» («Будь ласка, Хеммере, не завдай їм шкоди») розійшовся десятимільйонним тиражем та виявився альбомом, який найбільш розкуповували в історії репу. Пісня з поданого альбому «U Can't Touch This» («Ти не можеш торкнутися цього») здобула премію «Греммі» у двох номінаціях. В результаті, MC Hammer остаточно довів, що комерційний реп

являється вигідним вкладенням коштів медіа-корпорацій та звукозаписних компаній.

Починаючи з 1990-х років хіп-хоп почав забезпечувати основні потреби молодіжного ринку. Музичний демографічний маркетинг мав вагому частину доходу сфери розваг, тому виокремлення уваги на цьому напрямі приносило хороший прибуток. Протягом цього періоду часу хіп-хоп досяг значного комерційного прориву, а музика хіп-хоп напрямів почала продаватися майже всюди [52].

Одним із представників комерційного хіп-хопу являється Пафф Дедді – репер, який пропагував гламурний стиль життя. Його композиції ґрунтувалися на досить широкому цитуванні поп-шлягерів минулих десятиліть.

Зазначимо, що американський репер Jay-Z поступово, у міру розвитку своєї кар'єри пройшов шлях від артиста-виконавця до приватного підприємця, президента лейбла, керівника лінії одягу, власника клубу та консультанта з питань аналізу кон'юнктури ринку, чим довів, що являє собою культурний триумф хіп-хопу тієї ери.

Наприкінці ХХ століття значної популярності набув білошкірий репер Емінем, який започаткував спроби відродити атмосферу провокації та соціального протесту, що було більш властиве старій школі хіп-хопу.

Слід зазначити, що причиною криміналізації культури хіп-хопу є корпоративний капіталізм, який сприяв знищенню цінностей афроамериканських спільнот та забезпечив їх заміну нормами комерціалізації.

Сьогодні, з комерційної точки зору, хіп-хоп являється одним із найуспішніших напрямів сучасної культури, що стилістично представлено безліччю течій. Хіп-хоп став першим музичним стилем, який найбільш повно і самобутньо втілює ідеологію сучасної афроамериканської культури. Власне, саме ця ідеологія була побудована на антагонізмі американської білої англосаксонської культури [60].

Варто зауважити, що існує певна сполучна роль у творчості виконавця між порогом бідності та надмірним прибутком. Історії життя, які супроводжує

багатство та достаток являються частиною американської поп-культури і суспільства споживання, адже це стосується ідеології національної самосвідомості.

Зазначимо, що субкультури досить часто зазнають впливу комерційних компаній, які диктують їм концепцію моди та демонструють модель споживчої поведінки. Сьогодні нагальною проблемою являється тотальна заміна соціальної моделі у молоді на споживчу поведінку.

Вагому роль у культурі хіп-хопу посідає розкіш та прикраси. Слід зауважити, що хіп-хоп мода представляє особливий стиль одягу, який ретельно демонструється у міській культурі та є одним з елементів цього способу життя, що зосереджує пильну увагу на ювелірних прикрасах цього напрямку та далеко випереджає сферу одягу. Ювелірні вироби в стилі хіп-хоп акцентують увагу на тому, щоб бути поміченими і продемонструвати наявні ознаки очевидного багатства та ідентичної приналежності [55].

Ювелірний світ реперів починався зі звичайних золотих підвісок Adidas Run-DMC, масивних мотузкових ланцюжків і медальйонів Mercedes Eric B. та Rakim. Поданий тренд поступово вийшов за межі окресленого вуличного стилю та перетворився на окрему дизайнерську культуру.

Пристрасть до прикрас у реперів походить з тих часів, коли числом коштовностей можна було і здивувати, і показати свою значимість, адже кожен репер хоче виглядати яскраво і помітно. Зауважимо, що саме афроамериканські репери поклали початок моди на унікальні ювелірні прикраси великих розмірів. Завдяки поданому явищу в сучасному світі аксесуарів виник окремий напрям під назвою «Bling Bling», що означає показну розкіш, шик та епатаж [52].

Найпопулярнішою прикрасою хіп-хоп культури являються ланцюги із золота, срібла або ж платини, які сягають довжиною по живіт або й нижче. Здебільшого на цей ланцюг вішають великі медальйони або кулони у вигляді псевдонімів і емблем, що свідчать про приналежність особи до тієї чи іншої течії субкультури. Усі члени певного руху носять цей символ на довгому ланцюгу на

шиї, оскільки цей елемент може слугувати засобом самозахисту. Також на цій прикрасі можуть бути викарбувані назва бренду або ж власне ім'я репера.

Завдяки новому поколінню виконавців: Фарреллу Вільямсу, Jay-Z, Gucci Mane, Cardi B, традиція створювати авторські прикраси досягла нових висот. Ювелірні вироби поданих виконавців поєднують унікальні посилання до поп-культури, нетрадиційні матеріали та співпрацю з відомими неординарними художниками. Як би не змінювалася мода та її напрями, реperi повсякчас тяжіли до великої кількості кілець, ланцюгів, браслетів та кулонів, адже коштовності для них являються невід'ємною частиною стилю, так як бейсболки, кросівки, толстовки, майки та шапки. Для представників хіп-хоп культури такий одяг являється знаковим відображенням, який виділяє їх серед інших субкультур.

Процвітання на п'єдесталі слави та достатку накладає певний відбиток на виконавців, оскільки прагнення стати ще яскравішими та бути завжди в центрі уваги стало однією зі складових їх професії.

Німецьке видавництво Taschen представило видання Vikki Tobak «Ice Cold: A Hip-Hop Jewelry History» [59], яке присвячене найзнаковішим прикрасам хіп-хоп виконавців з 1980-х років до сьогодні, тобто від Run-DMC до Tupac і від Jay-Z до Migos та Cardi B. У фотокнизі подається дослідження, яке висвітлює, як хіп-хоп захопив та переосмислив наявний світ коштовностей, розкоші та стилю, зокрема як прикраси стали уособленням ідентичності та способом самовираження музикантів.

Зазначимо, що існує безліч причин, завдяки чому хіп-хоп піднявся на вершину музичної індустрії. Однією з найвагоміших та найбільш очевидних є відносно низькі капітальні витрати, які необхідні для придбання обладнання. В результаті чого, концептуальна система сполучної маргінальності включає весь спектр культури, класу, історичного гніту та незадоволення поколінь, тому культура хіп-хопу виглядає як своєрідний експорт сучасної та глобальної культури в індивіда.

#### **2.4. Період самобутніх яскравих образів. «Епоха стрімінгу»**

Хіп-хоп культура репрезентує своєрідне значення в багатогранному історичному контексті, що стосується соціальних питань раси та влади й перевищує географічні та соціальні кордони, оскільки саме хіп-хоп знаходиться в центрі світового соціального трактування та музичного ринку.

Є досить багато способів соціологічного підходу до культури хіп-хопу, тому, слід зазначити, що хіп-хоп культура – це своєрідна форма спілкування з чітко вираженим наративом в рамках досвіду, здебільшого темношкірого населення. Вивчення світовою спільнотою феномену хіп-хопу неухильно зростає, в результаті чого й збільшується зацікавлення до різноманітних самобутніх яскравих образів представників хіп-хоп напряму.

Невід'ємною частиною сучасного життя XXI століття є хіп-хоп мода, яка перетворила хіп-хоп зі звичайної форми мистецтва прослуховування до більш візуально демонстраційної образотворчості, внаслідок чого на культуру моди і творчості значний вплив здійснили афроамериканці [8].

Унікальний стиль моди послідовників хіп-хоп культури дозволяє їм не лише виражати емоції та втілювати їх у творчий доробок, а й продемонструвати приналежність до інших, об'єднаних спільною ідеєю.

У 1970-х і 1980-х роках XX століття здебільшого переважали афроамериканські міські громади та поширювалася мода репу по всьому світу. У 1990-х роках хіп-хоп тенденція була основною частиною модного брендингу. Репери ставали моделями та рекламодавцями, дизайнерами та власниками брендів хіп-хопу. Субкультура хіп-хопу здійснила певний економічний бум для виконавців та корпорацій хіп-хоп нації.

Щодо стилістики яскравих самобутніх образів хіп-хоп виконавців, то варто зазначити, що вони започаткували власний стиль одягу. Поданий стиль здебільшого включав широкий спортивний одяг, найчастіше на кілька розмірів більший потрібного. Стосовно аксесуарів, найпоширенішими були довгі масивні ланцюги на шії та сережки, щодо зачісок, то переважно плели дреди або ж брили голови налісо [17].

У звичному образі представники хіп-хоп культури обирають балахоні футболки великого розміру, оскільки ці речі дуже зручні, не сковують рухів та візуально розширюють силует. На футболках можуть бути розміщені різноманітні актуальні для хіп-хоп культури написи або ж зображення знаменитих виконавців реперського світу.

Носії хіп-хоп культури надають перевагу настільки ж великим курткам, як і футболкам. Це можуть бути об'ємні пуховики, куртки-аляски або ж шкіряні куртки.

Важливим атрибутом стильного образу є широкі, низько спущені штани, наприклад, джинси з великою кількістю накладних кишень на застібках-липучках зі звисаючими ланцюгами. За одним із припущень, штани реперів були досить широкими, задля того, щоб можна було переносити в них зброю, а також алкогольні і наркотичні засоби. Так як перераховані вище речі могли бути і важкими, тому штани стали опущеними, такі власне як носять сьогодні.

Щодо взуття, то представники поданої культури обирають кеди та кросівки. Кеди обирають лише білі, а кросівки носять, тому що вони мають достатній підйом, досить широкі та можуть бути або ж на липучках або на шнурках. При непогоді надають перевагу групі взуття, здебільшого піщаного кольору – черевикам-тімберландам.

Довершенням образу являється реперська кепка з прямим козирком, яку одягають поверх бандани – спеціальної косинки зі спандексу. Одним із різновидів бандани є дюрага, яка одягається на голову як пов'зка. Зазначимо, що косинка потрібна для того, щоб не спадала кепка. У ході рукопашної бійки при падінні на асфальт, прямий козирок кепки захищає голову від сильних пошкоджень. Ознайомившись із образом, доречно буде зауважити, що принципом поданого стилю є багатошаровість.

При створенні стильного хіп-хоп луку варто приділити значну увагу аксесуарам. Здебільшого використовують золоті масивні ланцюги, хрести прикрашені стразами, менші ланцюжки, заклепки та багато інших ювелірних

атрибутів. Поданий образ зазвичай гармонійно доповнюють безліч пірсингу, татуювань, а також поголена голова або ж дреди [55].

Хіп-хоп виконавці своїми самобутніми образами руйнують правила та роблять протиріччя більш вираженими, ніж будь-яка інша сучасна форма мистецтва, оскільки артикуляція всередині та ззовні цього простору являється головним плацдармом конфронтації між музикантами та суспільством.

В умовах сьогодення, в епоху, коли старі цінності й моральні підвалини втрачають свою первісну значимість, а на зміну їм приходять нові норми поведінки, то власне татуювання являється найбільш нейтральним способом самовираження. В хіп-хоп культурі татуювання завжди вважалися престижними та варіювалися відповідно до тематики, починаючи від приналежності до бандитських угруповань, закінчуючи деталями банального сценічного образу.

Щороку татуювання набувають все більшої популярності. Сьогодні найпопулярнішими серед відомих хіп-хоп особистостей є мінітату на обличчі. Виконавці не бояться експериментувати зі своїм зовнішнім образом, тому деякі зірки окрім тіла, повністю забивають голову та обличчя різноманітними татуюваннями, часто застосовуючи значимі написи.

Інтеграція хіп-хопу в поп-культуру та світ високої моди здійснюється еволюційно та плавно. Поступово світи моди та репу продовжують розмивати свої межі, стаючи частиною ідентичності один одного [60].

Сьогодні ми можемо спостерігати нову еру споживання музики – «епоху стримінгу». Стримінг являє собою трансляцію відео онлайн, тобто в режимі реального часу через різноманітні стримінгові сервіси.

Наприкінці 2010-х років значного поширення набули стримінг-платформи, які досить потужно вплинули на увесь музичний шоу-бізнес в цілому. Сьогодні найвідомішими стримінг-платформами є Spotify та Apple Music [57].

Зазначимо, що «Coloring Book» репера Chance the Rapper являється безкоштовним стримінг-мікстейпом без комерційного релізу, що виграв у номінації «Кращий реп-альбом» на церемонії «Греммі», тим самим ставши першим потоковим альбомом усіх часів, який отримав премію «Греммі».

Виконавець Каньє Вест заявив, що його альбом «Yeezus» ознаменував смерть компакт-дисків. Трохи згодом його наступний реліз «The Life of Pablo» було випущено лише у цифровому форматі. Також «The Life of Pablo» був номінований на «Найкращий реп-альбом» 2017 року.

У той же 2017 рік Дрейк випустив безкоштовний потоковий проект під назвою «More Life», який він найменував «плейлистом», наполягаючи на тому, що це не мікстейп і не альбом [50].

Слід зазначити, що онлайн-платформа розповсюдження аудіо SoundCloud відіграла величезну роль у створенні кар'єри різних хіп-хоп виконавців другої половини 2010-х років. На платформі SoundCloud почали свою кар'єру значна кількість мейнстрім гуртів, таких як Post Malone, Lil Uzi Vert, Bryson Tiller, Lil Хан, Lil Pump, Lil Peep, Lil Skies, Smokerpurpp, Ski Mask the Slump God та багато інших.

Треки вище перерахованих виконавців зазвичай досить тісно пов'язані з трепом, проте вони були виокремлені на SoundCloud як SoundCloud-реп. Для них характерні похмурі, сумні півтони та груба ударна партія. Новий жанр достатньо критикували через:

- відносно низький рівень у ліриці та продюсуванні;
- проблемний характер виконавців, що виникає внаслідок зловживання наркотиками та призводить до смертей;
- численні звинувачення у нападах;
- свідчення щодо використання дітей у сексуальних цілях;
- звинувачення у вбивстві [56].

Такий субжанр як треп увібрав у себе звучання «електро» та перейняв стилістику текстів від гангста-репу.

Досліджено, що у 2021 році найбільш прослуховуваними реперами були Doja Cat і Lil Nas X. Іншими відомими хіп-хоп реперами з великою кількістю стримінгів у тому ж році були Дрейк, Lil Baby, Polo G, Megan Thee Stallion, Cardi B, Moneybagg Yo, Masked Wolf, Pop Smoke та інші. У свою чергу,

найпопулярнішим реп-альбомом усіх часів на Spotify являється другий студійний альбом XXXTentacion, 2018 року випуску.

Період самобутніх яскравих образів являється одним із засобів самоствердження та самореалізації індивідів. В моді, відношення між людьми приймає форму відношень між образами, тому особистості не залишаються байдужими до цього феномену та сліднують модним тенденціям, демонструючи свій естетичний смак у відповідності до внутрішнього стану та емоційних переживань. Сьогодні хіп-хоп перейшов від рефлексивних розваг до культурної перебудови з відносно більшим простором для втручання у соціальні складові життя.

## ВИСНОВКИ

Під впливом соціальних процесів та певних звичаїв поступово змінювалися значимість одягу та значення моди. Власне мода виникла як форма м'якого контролю в процесі диференціації самобутніх культурних цінностей, які з плином часу видозмінюються. Стилістичні видозміни в моді є результатом існування в суспільстві системи моди. Слід зазначити, що зміст моди постійно змінюється, проте мода як втілення форми завжди залишається незмінною у світових спільнотах.

Мода в культурі постмодерну відчуває досить швидку зміну потреб та вподобань сучасного суспільства. Мода субкультур не боїться змін та варіації різноманіття образів, оскільки вона не втрачає своєї актуальності, а зазнає лише різноманітної трансформації продукуючи все нові яскраві образи. Новизна в субкультурі хіп-хопу важлива, адже саме новизна несе за собою зміни, а зміни – це рухома опора життя, яка досить тісно пов'язана з креативною індустрією моди, оскільки без креативного мислення неможливий розвиток нових інноваційних тенденцій, зокрема субкультури хіп-хопу.

В результаті написання кваліфікаційної роботи були реалізовані наступні завдання:

– проаналізовано варіативність підходів до опису моди в постмодерному дискурсі за М. Фуко та Ж. Дерріда та досліджено, що мода в культурі постмодерну являється результатом співвідношень людини та оточуючого її соціуму, де постмодерн виступає як епоха-наступник модерну та як особливі умонастрої людей в усіх сферах суспільного життя. Серед ключових рис постмодерну можна виділити: розчарування у прогресі, страх перед глобальними екологічними та біологічними загрозами і їх обговорення серед інтелектуалів, іронія та саркастичність. Мішель Фуко характеризує моду через призму влади, вона розглядається як прояв дисциплінарної влади. У дисциплінарному суспільстві, де постійно здійснюється нагляд над людьми, мода стала одним з критеріїв норми, яких мають притримуватись люди, адже інакше вони

ризикують стикнутись з осудом, невизнанням та іншими соціальними санкціями. Також філософ висуває тезу щодо реалізації сексуальності через моду, що використовується владними інститутами як спосіб контролю над тілом. Теорія деконструкції Жак Дерріда стала одним з основних концептуальних джерел постмодерністської естетики. Власне реконструкція у моді в культурі суспільної реальності постмодерну за Ж. Деррідою розкриває смислотворчий потенціал в модній практиці та дає новий імпульс її справжньому відродженню;

– охарактеризовано визначення поняття «суспільство споживання» та виявлено, що поданий термін являє сукупність певних суспільних відносин, які організовані на основі принципу індивідуального споживання. «Суспільство споживання» має досить широке значення та охоплює весь суспільний контекст споживання товарів і послуг. Споживацькі практики стають ключовими елементами культури й соціального життя. Споживання виступає не лише як економічна діяльність, але й як засіб самовираження, створення соціальних зв'язків та формування ідентичності. Перераховано умови, які передували зародженню та виникненню суспільства споживання. Визначено, що основною запорукою зазначених умов являється прогрес, що сприяв спричиненню нового простору та спровокував збільшення потреб потенційного споживача, що продукує висвітлення соціалізації індивідів;

– розкрито базові тенденції формування субкультур в ситуації постмодерну. Окреслено тенденцію зміни суспільних уявлень з приводу ідентичності завдяки виникненню субкультур та іншим соціальним змінам. Субкультура виступає як субкультура альтернативна пануючій культурі, котрій притаманні специфічні: світогляд, цінності, сфери діяльності, стиль зовнішності та життя. Вивчено, що мода продукує все нові й нові образи субкультур, генеруючи надособливу форму культури, яка щоденно збагачує загальносвітовий культурологічний простір. Визначено, що основними чинниками взаємодії моди та молодіжних субкультур являються: наочність, вплив, обмін, ідентичність, запозичення, обмежене поширення та наслідування. Досліджено, що мода молодіжних субкультур

являється дзеркалом культури, демонстрацією молодіжних представників у реаліях сучасного суспільства із певними соціокультурними настановами. Згідно з опрацьованою тематикою, подано розгорнуту узагальнену класифікацію молодіжних субкультур в цілому;

– прослідковано зародження хіп-хоп руху, контекст його виникнення, а також роль образу. Темношкіре населення навіть після відміни рабства у США все одно піддавалось дискримінації, хіп-хоп культура виникла на тлі протестів у 60-х роках та була їх ідеологічним продовженням. Окрім того, головною цінністю була свобода, яка втілювалась через різні види мистецтва, передусім через музику. Саме слово «хіп-хоп» запозичене з афроамериканського діалекту, де «хіп» означає рухомі частини людського тіла, а слово «хоп» використовувалося у значенні «здобуття знань, вдосконалення». Об'єднавшись, ці два слова відображають розвиток, рух вперед, осмислення сучасного життя та гостру критику його негативних моментів. Мода в хіп-хопі представляє з себе певну стилістику одягу та аксесуарів, яка виникла на основі ідеології субкультури та уявлень людей про статусне, престижне життя. Отже, стильний для членів групи одяг був відображенням соціального статусу людини. Серед членів субкультури хіп-хопу виглядати стильно було навіть важливіше, аніж бути заможним, хоча обидві ці речі являлись тим ідеалом, тією кінцевою метою, якої всі прагнули на етапі життя в гетто. Також, через одяг люди могли ідентифікувати себе як частину спільного руху, до того ж це один із способів втілювати свої творчі інтенції, а також за допомогою одягу та аксесуарів індивіди мали змогу формувати образ, який відповідав їх особистості;

– проаналізовано виникнення гангстерського репу та визначено, що гангста-реп представляє собою різновид хіп-хоп стилю, тексти якого здебільшого пронизані жорстокістю та агресією, що пропагують цінності кримінального середовища та складного життя чорношкірого населення. У свою чергу хіп-хоп виконавці вважають, що цинічні та нахабні тексти являють собою сатиру на сучасне суспільство та намагаються донести громадянам насушні проблеми молоді. Здійснено аналіз в контексті диференціації свої/чужі, та як

формувався образ ворогу серед кримінальних банд враховуючи колір, як знак приналежності. В першу чергу для ефективного створення образу ворога необхідне максимальне спрощення, що відображається у знаках банд у вигляді двох протилежних кольорів – синього і червоного. Іншим фактором спрощення мотивації для вступу у вуличні бої був поділ території між бандами. Працював принцип захищення своєї території. Досліджено, що расова стратифікація являється однією з найпоширеніших форм розшарування соціуму, що супроводжується ідеями або ж переконаннями, що певна група осіб відрізняється соціальною поведінкою та вродженими можливостями;

– простежено розвиток комерційного успіху жанру та виявлено, що наприкінці 1990-х років ХХ століття хіп-хоп жанр розгорнувся від субкультурної до комерційної ідентичності, тим самим набуваючи показників економічного продукту та трансформуючись у глобальний товар. Досліджено появу розкоші в хіп-хопі та становлення «ери прикрас». Визначено, що ювелірні вироби акцентують увагу на тому, щоб бути поміченими і продемонструвати наявні ознаки ідентичної приналежності та статків. Культура хіп-хопу захопила та переосмислила світ коштовностей, розкоші та стилю, тому поступово прикраси стали провідною тенденцією та способом самовираження;

– окреслено період самобутніх яскравих образів представників хіп-хоп культури та досліджено, що хіп-хоп мода поступово трансформувалася зі звичайної форми мистецтва та перейшла в етап більш візуально демонстраційної образотворчості. Інтеграція культури хіп-хопу у світ високої моди здійснюється поступово та еволюційно, плавно розмиваючи межі між світами моди та репу, що сприяє тому, що один напрям стає частиною ідентичності іншого. Проаналізовано зародження та розвиток нової ери споживання музики – «епохи стрімінгу».

Культура хіп-хопу в епоху суспільної реальності постмодернізму досліджена, як своєрідна культурна формація, що являє специфіку відносної схожості з концептуальними ідеологічними основами, котрі виникли як протест проти пануючої культури та расової дискримінації. Молодіжні субкультури

надають вирішальне та остаточне значення при виборі чіткої життєвої позиції та формуванні подальшого сталого світогляду. Слід зазначити, що ціннісні орієнтації хіп-хоп культури та власне яскравого самобутнього образу є інтерпретацією основних гуманістичних цінностей поданої субкультури, узятих у контексті сучасної глобалізації.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Беліченко О. В. Боротьба з расовою сегрегацією у США: ретроспективний аналіз / О. В. Беліченко, Н. Д. Булгакова // Захист прав і свобод людини та громадянина в умовах формування правової держави : збірник тез ІХ Всеукраїнської науково-практичної конференції, 30 травня 2020 року, Львів. — Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2020. — С. 42–44.
2. Вороніна М. В. Взаємодія молодіжних субкультур і сучасної моди. Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну. 2018. Вип. 1. С. 80-91.
3. Гордій А. В. Сучасне молодіжне танцювальне мистецтво та специфіка його викладання на прикладі хіп-хоп танцю. Актуальні питання мистецької освіти та виховання. 2017. Вип. 2. С. 149-156.
4. Гурова І. В. Вуличні культури як культурні практики сучасного міста. Гуманітарний корпус випуск. 2021. Том 1 (37). С.38-40.
5. Даценко В. А. Новизна як суть моди. Гуманітарний вісник. 2021. Ч. 34. С. 15-22.
6. Дорошкевич А. С. Суспільство споживання: морально-соціальні наслідки. Вісник Національної юридичної академії України імені Ярослава Мудрого. Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія. Харків : Право, 2012. №4 (14). С. 76-86.
7. Карповець М. Мода як форма влади. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія : Філософія. 2015. Вип. 17. С. 148-153.
8. Колесник С. Історія хіп-хоп культури та її еволюція. Актуальні питання гуманітарних наук. 2018. Вип. 21(2). С. 15-19.
9. Криворучко О. Ю. Суть і місце деконструктивізму в архітектурі ХХ століття: автореф. дис. канд. архіт.:18.00.01. Львів. 2008. 24 с.

10. Куратова М. Сучасні субкультури як частина дизайну та моди. Актуальні проблеми сучасного дизайну : збірник матеріалів III Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 22 квітня 2021 року. Київ : КНУТД, 2021. С. 158-161.
11. Литвин-Кіндратюк С. Д. Соціокультура модної поведінки особистості: психолого-історичний аналіз. Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку. Напрям: Культурологія. 2018. Вип. 29. С. 97-104.
12. Лосева М. Теорія моди. Концепції та практики. Харків: Талант, 2021. 176 с.
13. Любимова А. С. Стереотипи субкультур американського медіа дискурсу. Міжнародний філологічний часопис. 2020. № 2. С. 117-126.
14. Марценюк Т. О., Новик Т. О. Гендерні аспекти моди: конструювання ідентичності за допомогою одягу. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія: Гендерні дослідження. Острог, 2015. Вип. 1. С. 124-141.
15. Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Сер. Мовознавство. Вип. 2 (24) / редкол.: Вільчинська Т. П., Німчук В. В., Грещук В. В. [та ін.]. - Тернопіль : ТНПУ, 2014. - 312 с.
16. Павелків В. Р. Соціально-психологічний статус молодіжних субкультур як детермінанта формування агресивної поведінки. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія : Психологія і педагогіка. 2014. Вип. 28. С. 139-149.
17. Порхун Т. С. Модні тенденції субкультур: бітники та хіпі. Культура України. Серія : Культурологія. 2018. Вип. 60. С. 116-124.
18. Сироватка А. В. Концепції суспільства споживання: еволюція та актуальність для сьогодення : автореф. дип. роботи на здобуття освітнього ступеня «магістр»: спец. 052 «Політологія». Миколаїв, 2020. 20 с.
19. Сироватка А. В. Політичний консьюмеризм: становлення та сутність концепції. Abstracts of II International Scientific and Practical Conference

- «Priority directions of science development» (25-26 листопада 2019 р., м. Львів). 2019. С. 423-426.
20. Скалацька О. В. Філософські підґрунтя аналізу просторовості моди. Філософські обрії. 2015. Вип. 34. С. 110-118.
21. Словник української мови: в 11 томах. — Том 4, 1973. — С. 775.
22. Соловйова А. С., Сироватка А. В. Етапи розвитку концепцій суспільства споживання. Acta de Historia & Politica: Saeculum XXI. 2020. Вип. № 1. С. 50-57.
23. Струмінська Т. В. Деконструктивізм як засіб створення нових форм в одязі. Вісник КНУТД. 2015. №1 (82). С. 104-109.
24. Тлумачний словник іншомовних слів. URL: <https://www.jnsm.com.ua/sis/> (дата звернення: 31.05.2023)
25. Тормахова А. М. Напрямок К-пор та його роль у контексті сучасної аудіовізуальної культури. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв : наук. журнал. 2020. № 3. С. 14-19.
26. Тормахова В. Характерні риси української поп-музики кінця ХХ-початку ХХІ століть. Університетська кафедра. 2014. № 3. С. 165-172.
27. Тормахова В. Особливості інтерпретації в поп-музиці. Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія : Мистецтвознавство. 2017. № 1. С. 32-36.
28. Філософський енциклопедичний словник / НАН України, Ін-т філософії імені Г. С. Сковороди; [редкол.: В. І. Шинкарук (голова) та ін.]. – Київ: Абрис, 2002. – VI, 742 с.
29. Фуко М. Археологія знання. Київ: Видавництво Соломії Павличко «Основи», 2003. 326 с.
30. Фуко М. Історія сексуальності. Плекання себе. Харків: ОКО, 2000. 264 с.
31. Черкасова Т. А. Ціннісні орієнтації молоді в сучасному українському суспільстві. URL : [http://www.nauka.com/15\\_KPSN\\_2015/Pedagogica/6\\_193700.doc.htm](http://www.nauka.com/15_KPSN_2015/Pedagogica/6_193700.doc.htm) (дата звернення: 20.04.2023).

32. Четвертак Є. О. Лінгвальні засоби репрезентації творчості хіп-хоп музикантів у англomовному мультимедійному просторі. Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія : Філологія. Соціальні комунікації. 2020. Т. 31(70), № 1(2). С. 220-224.
33. Чупріна Н. В. Визначення моди як соціокультурного явища в сучасному "суспільстві споживання" / Н. В. Чупріна // Вісник Міжнародного слов'янського університету. Сер. : Мистецтвознавство. - 2013. - Т. 16, № 1. - С. 32-37. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/VMSU\\_mystetstvo\\_2013\\_16\\_1\\_7](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VMSU_mystetstvo_2013_16_1_7).
34. Чупріна Н. В. Принципи формування модних образів в індустрії моди в контексті кризи споживання модних продуктів. Вестник Херсонського національного технічного університету. 2015. № 2. С. 108-116.
35. Шандренко О. М. Інтерпретація моди в контексті дискурсивних практик. Культура і сучасність. 2014. № 2. С. 132-137.
36. Шевчук Х. Мода і філософія деконструкції Жака Дерріди: теоретико-концептуальні засади. Вісник Львівської національної академії мистецтв. 2021. Вип. № 46. С. 100-106.
37. Baudrillard J. The Consumer Society: Myths and Structures. London, SAGE Publications, 2017. 240 p.
38. Chang J. Can't Stop Won't Stop: A History of the Hip-hop Generation. Picador: St. Martin's Press, 2005. 560 p.
39. Dalzell T. Flappers to Rappers. American Youth Slang. Springfield, Massachusetts: Merriam Webster, 1996. 256 p.
40. Deflem M. Rap, Rock, and Censorship: Popular Culture and the Technologies of Justice. URL : <https://deflem.blogspot.com/2020/03/music-censorship-labeling.html> (дата звернення: 20.04.2023).
41. Derrida, Jacques. Writing and difference. Translation of L'écriture et la différence. Includes bibliographical references. 1. Philosophy-Addresses, essays, lectures. I. Title B2430. D482E5 1978 100 77-25933 ISBN 0-226-14328-7

42. Fresh dressed /документальний фільм/ 2015.
43. Gangsta Rap – What Is Gangsta Rap. URL : <https://web.archive.org/web/20110514232338/http://rap.about.com/od/genresstyles/p/GangstaRap.htm> (дата звернення: 20.04.2023).
44. Haenfler R. Subcultures the basics. NY: Routledge, 2014. 192 p.
45. Hendley N. American Gangsters, Then and Now: An Encyclopedia. Santa Barbara, Denver, Oxford: Greenwood, 2010. P. 93-97.
46. Izrael J. Hip-Hop Needs More than a Good Beat to be a Political Force. LA Times, 2004. 93 p.
47. Jones IV, James T. The Big Rap Attack: In 10 Years, It's Become Mainstream But purists put down the pop appeal. URL : <https://digital.library.cornell.edu/catalog/ss:12528267> (дата звернення: 20.04.2023).
48. Kitwana B. The Hip-Hop Generation: Young Blacks and the Crisis in AfricanAmerican Culture. New York: Basic Civitas Books, 2002. 256 p.
49. Lamont M. The Cultural Territories of Race: Black and White Boundaries. University of Chicago Press; 1st edition, 1999. 436 p.
50. More Life Is Another Smart Career Swerve for Drake. URL : <https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2017/03/drake-more-life-play-list-versus-album/520158/> (дата звернення: 20.04.2023).
51. Ogg A., Upshal D. The Hip Hop Years: A History of Rap. New York : Fromm International, 2001. 221 p.
52. Rehn A., Sköld D. Bling-Bring: The economic discourses of hip-hop. URL : <http://www.pinkmachine.com/PMP/nr11.pdf> (дата звернення: 20.04.2023).
53. Rocamora A., Smelik A. Thinking Through Fashion: A Guide to Key Theorists. London: I.B. Tauris, 2015. 320 p.
54. Steele V. The Corset. A Cultural History. London: Yale University Press, 2003. 208 p.
55. The Complete History Of «Bling Bling». URL : <https://www.thefader.com/2017/01/11/bling-bling-oral-history-lil-wayne-bg-turk-juvenile-birdman-mannie-fresh> (дата звернення: 20.04.2023).

56. The Rowdy World of Rap's New Underground. URL : <https://www.nytimes.com/2017/06/22/arts/music/soundcloud-rap-lil-pump-smoke-purrr-xxxtentacion.html> (дата звернення: 20.04.2023).
57. Thompson B. How Streaming Revolutionized Rap's Album Rollouts On The Road To No. 1. URL : <https://www.npr.org/sections/therecord/2017/09/28/554220367/how-streaming-revolutionized-raps-album-rollouts-on-the-road-to-no-1> (дата звернення: 20.04.2023).
58. Toop D. Rap Attack, No. 3: African Rap to Global Hip Hop. London: Serpent's Tail, 1991. 224 p.
59. Vikki T. Ice Cold. A Hip-Hop Jewelry History. Köln : Taschen, 2022. 388 p.
60. Why Rap Creates Entrepreneurs. URL : <https://www.forbes.com/sites/ruthblatt/2014/04/10/what-the-history-of-hip-hop-teaches-us-about-entrepreneurship/?sh=4fab1c83569c> (дата звернення: 20.04.2023).