

## МОДА КАО АРТЕФАКТ КОНТРАКУЛТУРЕ МЛАДИХ ШЕЗДЕСЕТИХ И СЕДАМДЕСЕТИХ ГОДИНА XX ВЕКА

Категорија чланка: Прегледни рад

**Апстракт:** Контракултура шездесетих година започела је као побуна против конзумеристичке и капиталистичке идеологије; као деструкција познатих вредности, која је за циљ имала конструисање нових. Потреба за слободом, у најширем смислу значења те речи, испољила се у напуштању традиционалних и креирању поп норматива и форми, које су општим прихватањем постале културне детерминанте. Међутим, таквом „победом” поп је изгубио префикс *контра*, због чега се поставља питање преживљавања његове суштине, те намеће став да су антиматеријалистичке идеје бунта побиле себе саме онда када су Битлси (The Beatles) и мини-сукња постали глобални феномени. Рад истражује парадигму попа као субверзивног деловања које је ушло у главне (mainstream) токове, анализирајући модну сцену шездесетих и седамдесетих година прошлог века као артефакта и значајног сегмента контракултурног стваралаштва младих. Полазећи од теза да производи поред тржишне имају и симболичку функцију и да тржишно редефинисање контракултуре није исто што и креативни процес стварања њених добара, аутор доказује идеолошку аутентичност тада насталог младалачког тржишта и закључује о деловању модне форме као „контрадела”.

**Кључне речи:** контракултура, популарна култура, мода, млади, шездесете, седамдесете

### Увод

Анализирајући популарну културу, различити аутори уз њу везују и термине *поткултура* и *контракултура*, мада је, нарочито у контексту свог настанка, она *de facto* била друго – културни образац у директном сукобу са политичким, идеолошким и естетским вредностима владајуће културе.<sup>1</sup> Као

друштвено деловање одоздо, које се у значајној мери манифестовало кроз савремено (примењено) уметничко стваралаштво, поп је изражавао револт против наметнутих ауторитета, класних разлика, расизма, рата и капитализма, пледирајући на суштинску демократичност, јединство и равноправност, пацифистичку политику и космополитизам. Због тога, из данашње перспективе, истраживачи неретко оцењују шездесете као „златно доба” – „последњу деценију која је имала срце” и у којој је „глобални покултурни револт против себичлука и хипокризије” имао наднационални културни контекст (Janković 2011: 22–23). Такође, иако је настао као културолошки сукоб генерација, поп *modus vivendi* идеализован је као супериорност над паралелним могућностима, због чега је временом почео да утиче и да бива подржан од много већег броја индивидуа које по годинама не спадају у циљну групу (Gosić 1997: 11).

Предмет овог рада је упоредна анализа пот(контра)култура младих шездесетих и седамдесетих година прошлог века и модног дизајна који настаје у истом периоду, као артефакта њиховог деловања. Географско одређење истраживаног поткултурног стваралаштва није пресудно за предмет рада, мада се он у највећој мери ослања на анализу парадигматичних пракси у Енглеској. Фокус истраживања је на пореклу и начинима интерпретирања *поп идеја* у различите форме новонасталог младалачког тржишта, као и однос производа тог тржишта у смислу функције међусобног означавања. Анализом и компарацијом теорија ситуираних у различитим научним дисциплинама и искуства које историја културе бележи, рад испитује постављене тезе: 1) поп је (поред субверзивног) имао наглашено конструктивни карактер, што је имплицирало разгранатом продукцијом поп форми; 2) мода представља средство идентификације – начин визуелног саопштавања ставова појединца и демонстрирања доследности идеологији којом се одређује припадност некој друштвеној групи; 3) вршећи своју комуникативну функцију, одећа у одређеном контексту добија промењено (неодевно) значење, те постаје „означивач” (Barthes 1997) идеје, мисли или појаве које припадају, или не припадају, свету моде.

<sup>1</sup> Божилковић објашњава да контракултуре настају из поткултура и представљају њихову радикалнију варијанту. Поткултура уопштено не мора бити у директном сукобу са вредностима друштва у коме битише, док се контракултура експлицитно супротставља владајућој култури изградњом својих алтернативних институција и стила (вид. Božilović 2009: 23–24).

### Поткултура – идентитет – стварање младачког тржишта

Појава популарне културе, као скупа послератних оmlадинских поткултура, десила се под утицајем промена које је оmlадинска радничка класа доживљавала, а које су се односиле на повећање њихове потрошачке моћи, промену класног искуства, удаљавање од родитељског стила живљења, потребу за бољим друштвеним положајем и корекцијама друштвеног система. Она датира од педесетих година претходног века и започиње са хипстерима, битницима и тедибојима, да би током шездесетих и седамдесетих година добила бројне нове групације (моди, рокери, хипици, скинхеџи, глем рок, андерграунд, панк, нови тедибоји и др.). С обзиром на то да је тадашње поткултурно деловање оmlадине било субверзивно, док су његови производи врло брзо постајали „у току” (*mainstream*), ове две деценије нарочито су значајне – како ради мапирања историје попа, тако и ради разумевања функционисања поткултура уопште.

Актери контракултурних деловања шездесетих тежили су слободи – у избору партнера, начину одевања, стилу живљења, професије и сл., а како слобода и демократија природно „иду под руку”, можемо приметити да су те године значајно допринеле и демократизацији друштва.<sup>2</sup> Потреба за слободом каналисана је кроз креативну продукцију, којом су обликоване чулне манифестације мишљења, склоности и укуса младих побуњеника, те створени различити „хомологни елементи контракултуре” (Hebđidž 1990) и стил којим су се побуњеници идентификовали. Помињући појмове *идентитет* и *стил*, важно је нагласити да је тријада *поткултура – стил – идентитет* у великом броју теорија, матрица читања поткултурних пракси, јер се „идентитет исказује кроз поткултуру као значење стила, стил представља спољашњу манифестацију идентитета, а оба фактора скупа граде поткултуру” (Vožilović 2006: 238). Штавише, поткултура се дефинише као начин да се формирањем поткултурног стила реши противречност настала мењањем родитељске/сопствене културе, тј. да се формирањем нових решења (стила живљења) створи *опозиција* у односу према родитељској култури, као и према доминантној/етаблираној култури (Stanojević 2007: 264). Такво објашњење потиче од Бирмингемске школе (вид. Hebđidž 1980: 81), која изазов хегемонији који поткултура представља лоцира посредно – кроз стил (Hebđidž 1980: 27), описујући га као очигледно смисљен, са циљем демонстрације својих правила, и кретањем

насупротив тока главне културе (Hebđidž 1980: 101). Форме које поткултура ствара ова школа је дефинисала као израз „тензије између оних на власти и оних који су осуђени на подређене положаје и другокласне животе” (Hebđidž 1980: 127); те је поткултурне стилове посматрала као облике отпора оmlадине радничке класе на настајуће структурне промене.

С друге стране, теоретичари постбирмингемске школе доводе у питање неодвојивост субверзивног и поткултурног деловања у ранијим теоријама, фокусирајући своја истраживања на друге – субјективне разлоге поткултурних актера (нпр: Muggleton 2002). Они критикују владајућу реторику бирмингемске традиције, која „осцилира између дистопијског очаја на тему лимета поткултура и слављења њихових слабашних домета”, односно, која с аспекта иницирања озбиљнијих друштвених промена „третира поткултуре као херојске губитнике” (Kahn-Harris 2004). Са циљем „стишавања” субверзивног префикса у супкултурама, постбирмингемци нуде нове концептуалне оквире за разумевање (савремених) оmlадинских групација (као што су „нова племена” (Maffesoli 1996) и „сцена” (Harris 2000)), мада у читањима поткултурних стилова у значајној мери задржавају бирмингемску тезу о „стилу као значењској пракси” – односу искуства, изражавања и значења (вид. Hebđidž 1980: 115–123).

Заједничко за различите теоријске дискурсе је и то што се начелно слажу са идејом да је стварање поткултура младих у вези са диверзификацијом њихових преференција, те растућим тржиштем и развојем потрошачких избора оmlадине. Ово делује опозиционо основној тези да су контракултуре шездесетих и седамдесетих управо иступиле против капиталистичког и конзумеристичког контекста, те подсећа на критичке ставове на трагу Адорна и Хоркхајмера (*Theodor Adorno, Max Horkheimer*), по којима је потреба за посебношћу и напуштањем оквира културне револуције довела до псеудослобода, нових модела припадности и нових форми поседовања. Међутим, веза поткултуре са тржиштем не значи *a priori* њену оријентацију ка јачању тржишних односа и друштвене стратификације, нити *a priori* значи пледирање масовног прихватања једног типа идентитета. Хебдиџ објашњава да – мада поткултура „општи кроз робу” и мада свака нова поткултура повратно делује на одговарајуће индустрије – при чему се претварање поткултурних обележја у предмете масовне производње исказује као средство ефективног прихватања поткултуре у друштво (вид. Hebđidž 1980: 95–96) – то не значи да та обележја у свом настанку нису била субверзивна. Другим речима, оригиналне новине које означавају поткултуру (нпр. одећа и музика) то заиста и чине у одређеном поткултурном контексту, али када се посредством „малих предузимача или великих модних интереса” (Hebđidž 1980: 96) преведу у робу, оне се систематизују и популаризују. У том смислу, форме оригиналног израза поткултурног стваралаштва и његова *тржишна опција* имају значајно различиту количину „поткултурног капитала” (Thronton 1996) као

<sup>2</sup> У прилог томе стоји и теза да је, тада, нивелација укуса довела до стапања средње и радничке класе и стварања интернационалне свеобухватне „класе по добу”, која је „крећући се од Запада ка Истоку, лагано прелазила националне и класне оквире” (Gocić 1997: 11). Такође, демократизацијске капацитете шездесетих потврђује низ дисидентских, активистичких догађаја ове декаде – од студентских и радничких протеста у Мексику, Јапану, Бразилу, преко пацифистичких и антикапиталистичких протеста у Америци, до Мајских демонстрација у Паризу, Прашког пролећа, студентских демонстрација у Берлину и Липањских тигања 1968. у Београду.

критеријума успешности у *опозиционирању* формама и институцијама доминантне културе – томе колико су *аутентичне, хип и андерграунд*<sup>3</sup>.

Други аспект „одбране“ аутентичности поткултура можемо пронаћи у раду Џона Фиска (*John Fiske* 2001), који, правећи поделу у популарним задовољствима на „задовољства избегавања“ и „задовољства продукције значења“, даје ново одређење Бартовог (*Roland Barthes*) термина *plaisir*. Док га Барт дефинише као задовољство које се јавља идентификовањем са владајућом идеологијом и друштвеним идентитетом онога ко задовољство (контемплацијом одређеног садржаја) доживљава, Фиск додаје да је ово нарочито зависно од продукције властитих значења на бази понуђеног садржаја<sup>4</sup>. Такво објашњење демистификује функцију поп културе као средства шаблонског кодирања младих, дефинишући њено деловање као утицај одређених садржаја који за циљ немају да изазову програмирани доживљај, већ доживљавање понуђеног у *садејству* са природом реципијента<sup>5</sup>.

На крају, у разматрању односа актера попа према тржишту робних производа важно је нагласити да су, иако су стварали „потрошачку поткултуру“, они били против конзумеризма, тј. оног аспекта потрошње који се односио на продукцију статусних разлика. Противни *смислу* постојеће понуде, као робном репрезенту постојеће културе, млади побуњеници стварају нова добра или користе постојећа на аутономан и оригиналан начин, смештајући их у „нетрадиционални“ контекст и преображавајући позната значења (вид. Hebdidž 1980: 102). Тако настаје *поп тржиште* адекватно *поп хабитусу*

његових стваралаца, структурирано од елемената који обезбеђују демаркацију различитости и који – иновативни и узбудљиви – утичу на доминантне тржишне актере, мењајући тако владајућу естетику друштва.

### Модна сцена шездесетих: револуција и ослобађање

Током шездесетих година настајало је и нестајало неколико поткултурних група, од којих су за тему којом се бавимо нарочито значајни моди (британски модернисти). Хебдиџ описује моде као „типичне помодаре из ниже класе, опседнуте малим детаљима“, који су „носили наизглед конзервативна одећа пристojних боја, били пробирљиви и уредни“ (Hebdidž 1980: 58). За разлику од рокера, који су афирмисали разбарушени, рокабили стил, моди су слушали модерни џез и тежили специфичној елеганцији и дендијевском изгледу. И мушкарци и жене су били врло дотерани (са препознатљивим уредним фризурама), при чему њихова „упеглана“ спољашњост није означавала „традиционалну“ идеју о пословности, поштовању правила и „вредном младом свету“. Поникли из радничке класе, насупротив којој су желели да акцентују своју модерност и шик животни стил, моди су конципирали изглед који је представљао опозицију општеприхваћеном схватању о вези између изгледа и класне припадности. У том смислу, иако њихов „упеглани“ стил није представљао естетски атак *per se* (нпр. као каснији стил панкера), у конкретном друштвеном контексту он јесте збуњивао и изазивао утисак претераности у очима „обичног“ света<sup>6</sup>.

Моди су се занимали за уобичајене теме омладинских контракултура – класну (не)једнакост, оријент, прогресивне филозофске мислиоце и сл., мада њихов ангажман није био експлицитно активистички. Њихов допринос развоју поп контекста најбоље се сагледава из угла естетске побуне коју су извели, а која је значајно утицала на развој *ready to wear* и бутик моде, као једном од значајних поп наслеђа шездесетих. *Нова модерност* настајала је на лондонским улицама Кингс роуд и Карнеби (*Kings Road, Carnaby Street*), где се отварају бутици са оригиналном понудом младалачке одеће и аксесоара – доступних цена, осредњег квалитета и специфичне стилске мешавине<sup>7</sup>. Форме потекле са ове *сцене* – ПВЦ хаљине, геометријске силуете, психоделични принтови, неусклађени дезени, го-го чизме и сл. – инспирисали су дизајнере луксузног тржишта, те први

<sup>3</sup> Сара Торнтон напушта раније ставове да је хијерархизованост искључива карактеристика високе (и доминантне) културе, а поткултурни капитал дефинише као критеријум успешности поткултурне форме и критеријум на основу кога се одређује статус имаоца капитала у оквирима поткултурне групе. Дакле, у жељи да се дистанцирају од „спољашњих хијерархија“, актери поткултура стварају свој свет – и сам стратификован у односу на аутентичност и опозицијом његових форми и актера (вид. Stanojević 2007: 266).

<sup>4</sup> Према Бартовом мишљењу, *jouissance* је оргазмичко уживање тела које настаје „провалом“ (културног) садржаја у тело читаоца, при чему се његов идентитет стапа са текстом, читаоца губи властито, друштвено конструисано биће и доживљава (готово) физички ужитак ослобађања избегавањем доминантне, усађене идеологије. Са друге стране, он сматра да *plaisir*, као инфериорније осећање, има корене у доминантној идеологији и подразумева потврђивање друштвеног идентитета примљеном садржаја (Fisk 2001: 62–67). И Фиск под појмом *plaisir* подразумева признање, потврду и остваривање друштвеног идентитета, али наводи и то да ово не значи нужно конформистичко, реакционарно задовољство (премда је и то могуће). Јављање задовољства прилагођавања владајућој идеологији и њеним субјективностима он условљава сложеним положајем појединца у друштву, те у зависности од односа појединца – који може варирати од прилагођавања до супротстављања владајућој идеологији, Фиск разликује и облик доживљеног *plaisir*-а у распону од реакционарног до субверзивног (Fisk 2001: 66).

<sup>5</sup> Ово одговара и запажањима других аутора који наводе да су поборници једне поткултуре у различитој мери „острашћени“, тј. увучени у идеолошки свет који она гради (Hebdidž 1980, Thronton 1996, Muggleton 2002).

<sup>6</sup> И животни стил мода био је сличан – између (наглашено) безбрижног и мрачног – описан кроз дихотомију конзервативног пословног или школског живота и боемског и тајновитог слободног времена проведеног у дискотекама, клубовима и продавницама плоча у слушању музике, плесу, коришћењу дрога и препуштању „слободној љубави“.

<sup>7</sup> Међу првим бутицима је Базар (*Bazaar*), који 1955. отвара Мери Квант (*Mary Quant*).

пут у историји улична мода улази у сферу високе и мења „класичан” смер утицаја у формирању тренда<sup>8</sup>.

Популаризацији мод стила допринеле су и популарне музичке групе Ху (*The Who*), Смол фејсис (*The Small Faces*) и Кинкс (*The Kinks*), али нарочито „битманија”, која се од 1963. из Енглеске ширила на целу Европу и Америку. Битлси (*Beatles*) су били представници ставова своје генерације, због чега се сматрају носиоцима контракултурне револуције (Sen-Žan-Polen 1999: 182), па је занимљиво упоредити њихово стваралаштво и модна дела попа као хомологне артефакте ове супкултуре. Узмимо као пример мини-сукњу, чији је творац била Мери Квант, али коју је, према речима саме, дизајнерке „измислила улица”. Мини доноси потпуно нову силуētu и нови смисао за привлачно и секси, те материјализујући владајуће идеје попа садржи значајну количину поткултурног капитала. У прилог овоме стоји и корелација настанка мини-сукње и објављивање албума Битлса *A Hard Day's Night*, те истоименог мјузикла, чија се година објављивања поклапа са годином настанка овог модног комада (1964). Филм прати један дан у животу рок групе са циљем да прикаже „експлозију младости и оптимизма на најједноставнији и најчистији начин” (Janković 2011: 66–67); метафорички приповеда о сукобу старије и млађе генерације и јачању стварног либерализма, те симболички приказује општу потребу за ослобађањем из инертног и тесног калупа друштва (вид. Janković 2011: 69, 74). У истом „калупу” и мини-сукња означава слободарске идеје, те као „јефтине” и симплификовани производ који превазилази економске и статусне категорије јасно осликава нематеријалистичке и антикапиталистичке идеје из речи песме *Can't buy me love*<sup>9</sup>.

Средину шездесетих (када се покрет мода расипа) обележила је и појава хипи покрета, који настаје на западној обали САД-а, у Сан Франциску, одакле се шири на читаву Америку и Европу. Хипи је обухватио припаднике нове левице, борце за расну једнакост и прекид рата у Вијетнаму, док је у Европи био у вези са

реакцијом на социјалне проблеме и друштвену неједнакост. Хипици су се залагали за мир у свету и љубав међу људима, тежили стварању „афирмативне културе”<sup>10</sup> и одбацивању материјалистичког система вредности, коме супротстављају *вредности бића*. Сматрали су да „традиционални” живот онемогућава остваривање духовне слободе, због чега напуштају своје домове и праве комуне у којима живе са истомишљеницима. У намери да искажу потпуно нови став према породици, моралу и религији, хипици су чак мењали и лична имена, повезујући то са „новим рођењем” и племенским праксама иницијације (вид. Sen-Žan-Polen 1999: 38–39), са којима доводе у везу и уживање у дрогама, схваћеним као пут до просветљења и Истине.

Велику пажњу су поклањали изгледу као спољној манифестацији стања духа, па је сваки елемент – фризура, одећа, обућа, детаљ – био вишезначан. И коса је била симбол побуне – дуга, пуштена, неукротива и без полних разлика – украшена траком или цвећем. Тежили су антиконзумеристичком изгледу – накит је био врло декоративан и необичан, израђен од јефтине и неплеменитих материјала (печене земље, вуне, тканина и сл.); блузе, дуге сукње, широке панталоне и тунике биле су живописних боја и дезена инспирисаних далеким земљама, са фолклорним мотивима или психоделичним принтовима. Таква одећа настајала је ручном израдом, украшавањем и бојењем; а неретко је била и већ ношена, што је (уз хипи активизам усмерен на очување природе) разлог ставова да су управо хипици инаугурисали концепт *одрживе моде*. Поред симбола мира и цвета као најзаступљенијих на њиховом накиту и одећи, хипици су користили и друге егзотичне симболе, попут египатског крста, или јин-јанга, који су давали утисак езотеричности и блискости са далеким цивилизацијама и културама. Као и у другим младалачким поткултурама, и у овој су фармерке (обично дорађене и украшене) биле основни елемент одевне идентификације, означавајући појмове слободе и класне једнакости, те идеју равноправности међу половима<sup>11</sup>.

Хипици се нарочито повезују с темом борбе за сексуалне слободе, мада ова тема, као и експлоатација сексуалности уопште, увелико превазилази деловање хипи покрета, представљајући место где се сусрећу све популарне поткултуре и њихово креативно стваралаштво. Међутим, за разлику од конзумеризма претходне декаде (који је развијао чулност и сензуалност наглашавањем разлика међу половима), култура побуне шездесетих се определила за андрогеност и негацију императива природне полности. С тим у вези, једна од

<sup>8</sup> Поред тога што дизајнери луксузних брендова креирају колекције са јасном асоцијацијом на новине „измишљене” на Кингс роуду, они стварају и друге и треће линије, од којих је свака била прогресивно јефтинеја од претходне, те више намењена млађем тржишту као супротност ономе што су представљале колекције високе моде (Seeling 2000: 353).

<sup>9</sup> Значај мини-сукње за поп контекст је и у томе што је њен настанак дао основу за развој нове, „из стега ослобођене” поп женствености, која је потиснула дотадашњу естетику *femme fatale* (широка сукња стиснутог струка, црвени кармин и таласаста коса) сликом девојке детињастог изгледа с крупним очима, кратке косе и тананог тела које се назире испод кратке и/или транспарентне одеће.

<sup>10</sup> „Под афирмативном културом се подразумева она култура грађанске епохе која је у току свог властитог развика довела до тога да се духовно-душевно свет као самостално царство вредности одвоји од цивилизације и уздигне изнад ње. Њена одлучујућа црта је тврђња о постојању света који је опште обавезан, безусловно заслужује афирмацију, вечно је бољи, вреднији, битно различит од стварног света свакодневне борбе за опстанак, али који може, не мењајући то чињеничко стање, свака индивидуа да реализује за себе изнутра” (Markuze 1977: 46).

<sup>11</sup> Божиловић сматра да је цинс, као константа свих омладинских поткултура, изгубио основна поткултурна својства онда када је суштински постао обједињујућ, то јест када је почео порицати друштвене разлике. У вези са тиме он указује на суштински парадокс који се састоји у томе да: „жеља да неко буде оно што јесте наводи на ношење одеће коју носе сви други (!?)” (Božilović 2009: 44). Тако, да би задржао опозициона значења, цинс се мора на неки начин разградити (неједнако обојити, неправилно избелити или поцепати), те тек тако – разграђен и делимично индивидуализован, враћа своју субверзивну природу (Božilović 2009: 45).

специфичности моде деценије је и тенденција ка андрогеном и унисекс стилу, те коришћењу сличних и истих елемената у мушком и женском одевању. Процес одевне десексуализације, као поп артефакт *per se*, зенит доживљава на крају декаде, када између мушке и женске одеће практично нема разлике, а ова револуционарна и врло брза унификација полова (која се заправо десила за непуних десет година) говори у прилог невероватној брзини и продуктивности стваралаштва поп културе.

### Седамдесете: од „повратка природи” до антимодне панка

Поп саборци – удружени против хомофобије, расизма, рата и патријархата – у седамдесетим губе аутохтоност групе, делећи се на фракције од којих се свака бори за своју ствар<sup>12</sup>. Економски напредак који је почео педесетих доживљава затишје, па ентузијазам замењује депресија; људи су незадовољни и отуђени – концентрисани искључиво на сопствене животе. Полетна идеја о општем добру пада у други план, уступајући место нагону за бољитак индивидуе, те се фокус са колективног помера ка личном, што ће имплицирати промене (или бити њихова импликација) у поткултурним деловањима. Она добијају нови циљ – самоафирмацију појединца.

Почетком седамдесетих хипи стил је масовно прихваћен – при чему долази до окретања природним материјалима, напуштања психоделичних дезена и јаких боја; уз цинс, који је сада избељен, тако да делује старо. Насупрот „испраног” хипи стила, у андерграунд клубовима где се слуша глам рок, изгледа се „другачије” – по узору на Дејвида Боувија (*David Bowie*), Герија Глитера (*Gary Glitter*) и Марка Болана (*Marc Bolan*). Модни стил који се развијао у овом дискурсу инсистирао је на јаким бојама, светлуцавим елементима, разноврсним детаљима, бисексуалној естетици и необичним формама, те осликавао идеје дистанциране од политичко-друштвених питања, чији се поткултурни капитал односио на успешности у намерном избегавању стварног света. Његова метапорука је била „бекство: од класе, секса, личности и ангажовања – у фантастичну прошлост или научнофантастичну будућност” (Hebdiđ 1980: 66).

Глем рок био је и антитеза бизнис тренду из седамдесетих, који је пласирао пословни (десексуализован и примерен) изглед запослене жене; насупрот чему стајао и секси, минималистички стил изнедрен из култа тела (осликан савршено обликованом фигуром у

преуском цинсу и „број већем” сакоу обученом на голо тело). Поп укус декаде огледао се, дакле, у *дихотомијама* од кемпа до минимализма, разбарушеног хипи стила до корпоративног изгледа, те се развијао у ројећим правцима, потхрањујући плурализам поткултурних покрета. Њихови стилови, као и манифести, концепирани су идеолошки аутономно, али су функционисали као динамични системи – отворени за међусобна комбиновања и *преливања* – естетских форми, актера и идеја.

У маси поткултурних праваца ове декаде посебно место заузима панк, који је демонстрирао највећу хомогеност групе и развио „значајску праксу” поткултура до крајњих граница. Панкери су били против система – против прошлих, али и нових (поп) норматива; против „повратка природи” и „љубави и мира”, које замењују паролем „секс и насиље”. Антиестаблишмент идеологија панка базирана је на потреби да се исказе револт, за шта су разлози били социјална немаштина, мањкавости институција, лоша економска ситуација и незапосленост. Према свему томе панкери су заузели радикално песимистичан став, политички повезан са радничким покретом и новом левицом, мада је чињеница да су – насупрот богатим активистичким искуствима током седамдесетих – они више успели у продукцији *деструктивног стила* него конструктивним променама друштвеног система.

Панк дешавања концентрисана су око стваралаштва бендова Секс пистолс (*The Sex Pistols*), Клеш (*The Clash*), Базкокс (*The Buzzcocks*) и Експлоитид (*The Exploited*), чија је музика представљала специфичну врсту рока, са најчешће кратким песмама једноставних аранжмана, које су својом симплификацијом (па и банализацијом и аматеризмом) означавале *опозицију* предугачким и виртуозним композицијама (популарних) прогресивних рок бендова. Паралелно томе, у домену одевња, идеја је била креирати антимоду која ће бити шамар добром укусу; створити одевне елементе *хомологне* предисторзираним гитарама, тешким бубњевима и критикујућим текстовима панк бендова. „Одећа је представљала одевни еквивалент псовању” (Hebdiđ 1980: 112), те је тежила деструкцији лепог, вулгаризацији сексуалности и нападном скретању пажње јавности.

Уобичајена асоцијација на панк стил је доминантно црна силуета са јаким колористичким акцентима, чудном фризуром, пластичним и металним детаљима. Међутим, панк као улични стил није обавезно одлазио у такву крајност. И овде је цинс био најчешћи одевни комад, дорађен по принципу деструкције – цепањем, исцртавањем и исписивањем, те комбинован са мајицама са препознатљивим принтовима и зачудним детаљима, попут ланаца из тоалета или тампона коришћених као накит. Такво бирање елемената неадекватних контексту, и извртање наличја и значења ствари, било је основни креативни поступак антимодне панка, због чега различити аутори тврде да су панкери били најплоднији у примени поткултурне праксе *бриколажа* (вид. Hebdiđ 1980: 35–36). Ово осликава и рад Вивијен Вествуд (*Vivienne*

<sup>12</sup> Већ крајем претходне деценије осећа се расипање идеја шездесетих, што осликавају речи песме *Revolution*, у којој Битлси (желећи да се дистанцирају од радикализације поп покрета) поручују: „Сви желимо да променимо свет, али када говориш о уништавању, не рачунај на мене” (према: Sen-Zan-Polen 1999: 184). Феминистички покрет, на пример, постаје све агресивнији и покушавајући да наметне своју моћ удаљава се од идеала љубави, слободе и мира. И мирољубиви хипи став у седамдесетим замениће ратоборност; политика озбиљно улази у токове поп културе, па оно што је било политичко активирање с краја шездесетих, у многим случајевима постаје радикални активизам.

Westwood), која је дала кључни допринос развоју панк стила, стварајући кључне елементе којима антиестаблишмент панк идеје добијају антиестетски одевни код<sup>13</sup>.

### Модна форма као контрадело

Авангардност панк стила, као и мод и хипи стилова пре њега, омогућили су материјализацију ових поткултура, али су и допринели томе да унутар доминантног културног модела оне буду прихваћене као *спектакл*, што је умањило њихова субверзивна обележја (вид. Hebdidž 1980: 97–99). Међутим, говорећи о (модним) формама ових стилова у тренутку њиховог настанка, говоримо о њима као *контраделима* примењене уметности, која ће тек касније (уколико дође до њихове комерцијализације) постати модни комад у тржишном смислу те речи.

У својим естетским теоријама Кроче (*Benedetto Croce*) одређује успешност уметничког деловања као успех у стварању „једине праве лепоте”, ситуиране у визији уметника, способног да спољне и унутрашње дражи сажме у јединствену менталну слику. Уметничко дело, с друге стране, он третира као предмет који настаје из потребе да се естетска визија сачува и подели са другима, па се појављују лепоте први пут дешава у интуицији ствараоца, а затим поново оживљава ангажованом перцепцијом објекта стваралаштва од стране прималаца (Zurovac 2005: 426–437). Теорија указује на то да уметничко дело представља стимуланс за репродуковање визије са почетка процеса стварања, при чему је репродукција, тј. обнављање доживљаја лепог у перцептивној свести посматрача, могуће захваљујући „многослојној структури” уметничког дела (Hartman 2004: 184). Како Хартман (*Nikolai Hartman*) објашњава, перцепција посматрача пролази кроз предње (*транспарентне*) слојеве дела, структуриране од материјалних и нематеријалних елемената од којих је оно изграђено, како би дошла до последњег (јединог *нетранспарентног*) слоја у коме се налази идеја, лепо, „истина”.

Описани принцип мултислојевитости уметничког дела могао би се применити и на контрадело, при чему би његов предњи слој чинили физички елементи од којих је дело сачињено, а последњи *контраидеја*. Даље, тај последњи слој могао би се раслојити на специфичну идеју везану за појединачно дело и општу идеологију *контрапокрета*, те би се на примеру мини-сукње у њему налазиле: идеја о слободи као парадигма поп покрета шездесетих, *испред* ње идеје о ослобађању сексуалности, а даље ка *површини* идеје у контексту практичности, неформалности, једноставности, младалачке естетике итд.

Уопштено, (анти)модна форма као контрадело обликује се од низа материјалних и нематеријалних

елемената (слојева), чији је однос такав да они омогућавају разумевање једног елемента кроз други, тј. који су моделовани тако да буду довољно *транспарентни* и симболички читљиви. Заједничка карактеристика контрадела једне супкултуре је то да се основна идеја одређеног контрапокрета налази у последњим слојевима дела, док је заједничка карактеристика свих контрадела то да се идеја друштвене промене налази у последњем нетранспарентном слоју. У том смислу, ова дела можемо дефинисати и као „поље пунктума” (Bart 2004) на слици целокупног друштва – као сегмент те слике који мења осећај онога ко слику посматра и даје јој нови контекст<sup>14</sup>. Контрадела, дакле, мењају друштвену перцепцију и утичу на промену схватања одређеног питања (потенцијално и промену деловања), при чему њихова функција *пунктума* надилази припаднике одређеног контрапокрета и делује и на оне групи неприпадајуће.

### Закључак

Анализом дефинисаног предмета истраживања уведен је појам *контрадело*, који се односи на материјална дела настала контракултурним деловањем. Функционисање и начин обликовања овог дела зависно је од *контраидеје*, која представља идеолошку позадину одређене пот(контра)културе. Материјализацијом те идеје ствара се контрадело, с циљем омогућавања визуелне комуникације одређеног покрета и друштвене диференцијације његових припадника. Тако, постојање контрадела омогућава дифузију идеологије и ставова, а тек потом и комерцијализацију у даљем процесу тржишног редефинисања мисаоних и материјалних производа поткултурног стваралаштва. Међутим, без обзира на могућност касније комерцијализације, *контрастваралаштво* у тренутку настајања за разлог има искључиво манифестовања ставова и идеја, те као такво, не почива на економским и финансијским вредностима, већ иманентној потреби за реализацијом специфичне утопије.

Дефинисане функције и значење контрадела одређују и начин његовог обликовања. Зависно од категорије дела (да ли је у питању музика, мода, дизајн, књижевност), зависиће природа елемената који учествују у његовој изградњи, али оно што је за сва дела овог типа заједничко је *мултислојевита структура*. Њу чини низ чулних и нечулних слојева који – захваљујући својој *транспарентности* и *симболичкој читљивости* – откривају један други, пропуштајући перцептивну свест до последњег у коме се налази контраидеја.

<sup>13</sup> Антимодна решења она је креирала употребом неспојивих форми и баналних фетишистичких елемената (попут мреже, анимал принтова, црне коже и сл.), који су дорађивани и комбиновани тако да крајњи утисак буде коришћена, стара ствар стилизована са циљем да изазове неугодност – препадне, збуни и/или постиди посматрача.

<sup>14</sup> Под пунктумом Барт подразумева сегмент на фотографији који омогућава „разбуђивање” у процесу опажања и комплекснију перцепцију приказаног садржаја; интерпунктира одређену идеју у опажању, те представља тренутак у перцепцији када нешто скрене пажњу – поремети претходно дефинисану „опшност” (Bart 2004: 33). Коришћење ове тезе из теорије фотографије чини се погодним, јер се способност контрадела да скрене пажњу друштва засићеног различитим и разноврсним, паралелно актуелним идејама и идеологијама, може посматрати и као перципирање односа целина–детал на фотографији, тј. као однос општег и „посебног” утиска.

И (анти)модна форма (под којом подразумевамо модни стил, правац или одевни комад), настала у оквиру одређене контракултуре, представља контрадело, тј. функционише као означивач *контра* (или *опозиционих*) идеја. Поред значаја који остварује унутар контракултурног модела, она остварује битну улогу и у ширим културним оквирима – представљајући *поље пунктума* у перципирању и доживљавању друштвене слике оних који не припадају конкретном контракултурном покрету.

## ЛИТЕРАТУРА

Janković, S. A. 2011

*Dug i krivudav put: Bitlsi kao kulturni artefakt*, Beograd: Red box.

Božilović, N. 2009

*Izvan glavnog toka: Sociologija muzičkih potkultura*, Niš: Niški kulturni centar.

Hartman, N. 2007

*Estetika*, Beograd: Dereta.

Stanojević, D. 2007

Od potkulture do scene i plemena: Postbirmingemski pristupi u analizama odnosa omladine, muzike i stila, *Sociologija* (Beograd) XLIX: 263–282.

Božilović, N. 2006

Identitet i značenje stila u potkulturi, *Filozofija i društvo* (Beograd) 2/2006: 233–250.

Zurovac, M. 2005

*Tri lica lepote*, Beograd: JP Službeni glasnik.

Bart, R. 2004.

*Svetla komora*, Beograd: Izdavačko preduzeće RAD.

Kahn-Harris, K. 2004

The 'failure' of youth culture: Reflexivity, music and politics in the black metal scene, *European Journal of Cultural Studies* Vol. 7, Issue 1: 95–111.

Fisk, Dž. 2001

*Popularna kultura*, Beograd: Clío.

Seeling, C. 2000

*Fashion – The century of the designer 1900-1999*, Cologne: Konemann.

Muggleton, D. 2000

*Inside Subculture: The Postmodern Meaning of Style*, New York: Berg.

Sen-Žan-Polen, K. 1999

*Kontrakultura: Sjedinjene Američke Države, šezdesete godine: rađanje novih utopija*, Beograd: CLIO.

Barthes, R. 1997

*The Fashion System*, Berkeley: University of California Press.

Gocić, G. 1997

*Andy Warhol i strategije popa*, Novi Sad: Prometej.

Thornton, S. 1996

*Club Cultures: Music, Media and Subcultural Capital*, Cambridge: Polity Press.

Maffesoli, M. 1996

*The Time of the Tribes: The Decline of Individualism in Mass Society*, London, Thousand Oaks and New Delhi: Sage Publications.

Hebdiđ, D. 1980

*Potkultura: Značenje stila*, Beograd: Rad, izdavačka radna organizacija.

Markuze, H. 1977

*Kultura i društvo*, Beograd: Beogradski izdavačko-grafički zavod.

### Summary

KSENIJA MARKOVIĆ BOŽOVIĆ

University of Arts in Belgrade, Faculty of Dramatic Arts, Belgrade, Serbia  
ksenijamarkovicart@yahoo.com

## FASHION AS AN ARTIFACT OF THE YOUTH COUNTER-CULTURES IN THE 1960s AND 1970s

The subculture of the 1960s began as a rebellion against consumerist and capitalist ideology; as the destruction of well-known values, aimed at constructing the new ones. The need for freedom, in the broadest sense of the word, was manifested in the abandonment of traditional and the creation of pop norms which became a cultural determinant by their general acceptance. Thus, subversion overcame a previously dominant cultural model while its production exceeded expectations, creating a (youthful) market of its own products intended to express pop habitus. However, due to its victory, pop has lost its subversive prefix, which questions the surviving of its essence and poses the thesis that anti-

materialist ideas of rebellion neglected themselves once the *Beatles* and miniskirts became a global phenomenon. This paper analyses the paradigm of pop as a subversive action that has become mainstream and analyses the fashion scene of the 1960s and 1970s as an artefact and a significant segment of youth counter-cultural creativity in these years. Starting from the thesis that, in addition to their market function, products have a symbolic function, and that the market redefinition of subculture is not the same as the creative process of making its goods, the author proves the ideological authenticity of the youth market created in the 1960s and draws conclusions about the fashion form as a “counter-act”.