https://doi.org/10.18778/8088-155-6.18

Iwona
Jastrzębska-Puzowska

224—229

Hobo, boho, grunge – od antyestetyki i kontestacji do „targowiska próżności”

Uniwersytet Kazimierza Wielkiego
w Bydgoszczy

Moda już dawno przestała być zjawiskiem „niepoważnym", zamkniętym w świecie „babskich" spraw, fatałaszków itp. Ponad 100 lat temu rozważania o modzie Georga Simmla, twórcy socjologii codzienności, przyczyniły się do zapoczątkowania akademickiego dyskursu na temat tego fenomenu. Dzisiaj jest więc dla nas oczywistym, że traktujemy modę jako element kultury, wskazując na jej aspekt znakowy i odczytując stylizację jako komunikat będący tekstem kultury. Jednocześnie zastanawiamy się nad specyfiką komunikatu z kręgu mody i zmianami jego pragmatyki. Na przykładzie trzech nurtów obecnych we współczesnej modzie, *hobo*, *boho* i *grunge*, przedstawię jak istotnie może zmieniać się znaczenie komunikatu, jakim jest strój i stylizacja, tak, że w konsekwencji jego pierwotny sens przekształca się w swoje zaprzeczenie.

H*obo*, *boho* i *grunge* to nurty obecne we współczesnej modzie. Choć sporo je dzieli, mają też wspólne cechy: wszystkie w przeszłości w sposób mniej lub bardziej świadomy wyrosły z kontestacji ówczesnych mainstreamowych tendencji i były manifestacją odmiennego, outsiderskiego trybu życia. Wszystkie również wynikały z ubóstwa, stanowiąc sposób na możliwie „honorowe" radzenie sobie z tym problemem.

H*obos* to grupa społeczna powstała w Stanach Zjednoczonych na przełomie XIX i XX wieku. Prawdopodobnie pierwsi hobos rekrutowali się spośród weteranów wojny secesyjnej, którzy po zwolnieniu z armii wędrowali po całym kraju w poszukiwaniu pracy. Rozwój społeczności hobo nastąpił wraz z intensywną powojenną industrializacją. Przeciętny hobo (ang. *homeless boy*) był bezrobotnym i bezdomnym włóczęgą, przemieszczającym się pociągiem „na gapę", w poszukiwaniu dorywczego zajęcia. Bezdomność i brak pracy dotykały wówczas wielu mieszkańców Stanów Zjednoczonych, którzy tworzyli różne społeczności, o różnych sposobach przystosowania do trudnych warunków życiowych. Jednak nie wszyscy z nich byli *hobos*, których wyróżniały ścisłe związki z kolejnictwem, a także pewien specyficzny kodeks honorowy *Code of Rail*, spisany w 1889 roku podczas dorocznej konwencji odbywającej się w Britt w stanie Iowa. Pierwsza zasada tego kodeksu brzmiała: „Decyduj samodzielnie o swoim życiu, nie pozwól by ktoś inny tobą kierował i rządził" (ang. *Decide your own life, don't let another person run or rule you*)[1]. Tak więc *hobo* nade wszystko cenił sobie wolność. Dorywcza praca, możliwość swobodnego przemieszczania się w każdej chwili pozwalały na tę wolność, były świadomym wyborem i nie wynikały tylko z braku środków do życia.

1 http://uni.edu/carrchl/wp/allaboard/hobo-culture/, [data dostępu: 15.12.2014].

W każdym razie taką legendę członkowie społeczności wykreowali wokół siebie. Do jej rozpowszechnienia przyczynił się Neil Anderson[2], socjolog ze szkoły chicagowskiej, publikując w 1923 roku książkę pod tytułem *Hobo*. W efekcie stał się hobo kultową postacią i bohaterem licznych utworów literackich, piosenek czy filmów[3]. Grupa *hobos* wykształciła swój specyficzny slang, zasady moralne, system znakowej komunikacji, a wreszcie charakterystyczny sposób ubierania się, pozwalający na dość łatwą identyfikację. Typowy przedstawiciel grupy kompletował swoją garderobę z przygodnie znalezionych części odzieży – najczęściej mocno zniszczonych i w przypadkowych rozmiarach, to znaczy zbyt obszernych lub zbyt ciasnych. Przeciętny *hobo* zwykle był mężczyzną, więc w skład jego stroju wchodziły typowe części męskiej garderoby: spodnie, często za szerokie i ściągnięte paskiem dla dopasowania; marynarka/kurtka, także w nieodpowiednim rozmiarze, nosząca oznaki zużycia, pocerowana i połatana; kapelusz, zwykle sfatygowany cylinder lub melonik; rękawiczki bez palców i charakterystyczny węzełek z chusty, noszony na kiju – sposób na przechowywanie całego dobytku. Była to więc stylizacja złożona z przypadkowych rzeczy, ale jednak dobranych w dość konsekwentny sposób i dająca w efekcie charakterystyczny, rozpoznawalny wygląd. *Hobo chic* wkroczył na rynek mody na początku XXI wieku. Za ikonę tego stylu uznawany jest hollywoodzki aktor Keanu Reeves. Składniki *hobo chic* odpowiadają częściom stroju amerykańskiego włóczęgi: zbyt obszerne spodnie są niedbałe i sprawiają wrażenie zniszczonych i zużytych, podobnie jest z marynarką/żakietem, zwykle lepiej dopasowaną, buty są wygodne, dość ciężkie i równie niedbałe. Kapelusz czy rękawiczki bez palców nie zawsze uzupełniają stylizację, ale elementem niezbędnym jest duża, miękka torba w kształcie przypominającym węzełek wędrowcy. To właśnie *hobo bag*, torba *hobo*, stała się współcześnie najczęściej spotykanym elementem *hobo chic*, wykorzystywanym także w innych stylach, a szczególnie często w modzie damskiej.

Ze stylem *hobo*, głównie ze względu na podobieństwo nazwy, dość często mylony jest trend *boho*, obecny we współczesnej modzie od lat 90. XX wieku. *Boho* pochodzi od angielskiego słowa *bohemian*, co w bezpośrednim tłumaczeniu znaczy „cygański". Jest to nawiązanie zarówno do kultury romskiej, jak i cyganerii artystycznej z przełomu XIX i XX wieku, które stanowią główne źródła inspiracji stylu *boho*.

> Ubiór Cyganów – zwłaszcza kobiecy – który zachował się do dzisiaj, uchodzi powszechnie za typowo i odwiecznie cygański. Tak jednak nie jest; ubiór mężczyzn zatracił już doszczętnie swoje dawniejsze cechy, a kobiecy podlegał także w ciągu

2 N. Anderson, *The Hobo*, Chicago 1923.

3 Por. filmy: „Wild Boys of the Road", reż. William A. Wellman, USA 1933; „The Billion Dollar Hobo", reż. Stuart E. McGowan, USA 1977; piosenki: „Big Rock Candy Mountain", tw. Harry McClintock, USA 1928; „Hobo, You Can't Ride This Train", tw. Louis Armstrong, USA 1939; „I am a lonesome hobo", tw. Bob Dylan, USA 1967.

wieków znacznym przemianom. Chyba tylko trzy cechy stroju kobiecego można uznać za charakterystyczne. Są to: długa i fałdzista spódnica, chusta przewieszona przez jedno ramię i „ozdobność", będąca wynikiem zamiłowania do błyskotek i jaskrawych barw. W zależności od tego, czy Cyganie są biedniejsi, czy bogatsi, strój bywa okazalszy lub uboższy, ozdoby są złote, srebrne albo miedziane, a nawet składają się z kolorowych szkiełek[4].

Wyobraźnię prekursorów *boho* rozpalały też kobiety cyganerii artystycznej z obrazów prerafaelitów, impresjonistów, postimpresjonistów, symbolistów i malarzy secesji. Zmysłowe, o bujnych długich włosach, odziane w powłóczyste, ozdobne suknie, anielskie i grzeszne jednocześnie, ale przede wszystkim niezwykle kobiece. Istotne dla *boho chic* okazały się także inspiracje hippisowskie.

Za ikony i prekursorki stylu *boho* uznaje się w Wielkiej Brytanii aktorkę Siennę Miller i modelkę Kate Moss, zaś w Stanach Zjednoczonych aktorkę Mary-Kate Olsen. Na styl *boho* składają się elementy zaczerpnięte ze wszystkich wskazanych źródeł inspiracji. Są to: długie, powłóczyste i szerokie suknie często bez rękawów lub spódnice, wielobarwne, w kwieciste lub orientalne ornamenty wywodzące się z romskich strojów, a czasami wykonane z gniecionych, ręcznie barwionych tkanin, charakterystycznych dla mody hippisowskiej. Towarzyszą im kamizelki, często futrzane, lekkie sandałki, np. tzw. „rzymianki" lub buty „kowbojki", obfitość różnokolorowej biżuterii stylizowanej na antyczną lub orientalną – długie kolczyki, naszyjniki, liczne bransoletki, opaski oraz duże miękkie torby ozdobione frędzlami, haftami i aplikacjami. Stylizację *boho* uzupełniają wzorowane na fryzurach hipisów czy uczesaniach kobiet z obrazów prerafaelitów, długie, naturalnie pofalowane włosy z wplecionymi opaskami, kwiatami lub chustami, albo czasami wymykające się spod kapelusza z dużym rondem. *Boho-girl* ma ambicje artystyczne, chce być oryginalna, nietuzinkowa, wyjątkowa, kobieca, ale też wolna i wyluzowana jak artyści czy hipisi.

Jeszcze inne korzenie ma moda w stylu *grunge*, której powstanie ściśle wiąże się z nowym nurtem w muzyce rockowej. W latach 80. XX wieku w Seattle i okolicach, zaczęły powstawać nowe zespoły rockowe zakładane przez młodych ludzi, należących do generacji urodzonej w latach 60., zwanej pokoleniem X (niewiadoma). Termin ten oznaczał stracone, zagubione pokolenie nie umiejące zbudować własnego systemu wartości, a jednocześnie uznające stary system za zdewaluowany, zawieszone pomiędzy konsumpcyjnym światem komercji i jego odrzuceniem. Grunge powstawał w trudnych warunkach kryzysu gospodarczego, z dala od wielkich wytwórni płytowych, z dala od nowojorskiego czy hollywoodzkiego blichtru oraz innych centrów komercyjnej kultury.

4 http://www.pawlowska.pl/wp-content/uploads/2012/06/11-Kultura-romska.pdf, [data dostępu: 20.01.2015].

To stąd wziął się nastrój grunge – posępny, mroczny, depresyjny aż do autodestrukcji. Charakterystyczne było „brudne" brzmienie muzyki, wokół której wyrosła podobnie „brudna" kultura i estetyka grunge. Zespoły takie jak Nirvana, Pearl Jam, Soundgarden, Alice in Chains stosunkowo szybko stały się znane na całym świecie. Mimo powodzenia i niewątpliwego sukcesu finansowego grunge, czy to w muzyce, czy w sztuce, czy w specyficznym stylu ubierania się, był z założenia niekomercyjny, świadomie antyestetyczny, abnegacki i posępny. Ikonami stylu stali się członkowie grungowych zespołów na czele z charyzmatycznym Kurtem Cobainem z zespołu Nirvana, którego sława niezwykle wzrosła po jego samobójczej śmierci w 1994 roku. Na grungową stylizację w modzie męskiej składały się: podniszczone, wystrzępione i dziurawe dżinsy, noszone z klasycznymi trampkami Converse lub tzw. glanami, czyli ciężkimi, skórzanymi butami z długą sznurowaną cholewką; charakterystyczna góra złożona z warstw: podkoszulek, kilka flanelowych koszul, w tym jedna zawiązana w pasie, często także obszerny sweter dziergany z grubej włóczki, a do tego niedbałe, długie włosy, kilkudniowy zarost z kozią bródką. *Grunge-girl* ubierała się tak samo lub w wersji bardziej kobiecej wkładała obszerną, zwykle dość krótką, sukienkę zestawioną z glanami lub trampkami. Kolorystyka grungowej mody była zgaszona, „brudnawa" i depresyjnie czarna lub szara. Apogeum popularności nurt przeżywał w latach 80. i 90., obecnie nadal jest aktualny, choć w stopniu marginalnym.

Inspiracją dla nurtów *hobo*, *boho* czy *grunge* były wzorce kulturowe wyrosłe z kontestacji oficjalnej rzeczywistości. Współcześnie ich antyestetyka, bunt wobec konsumpcjonizmu i mieszczańskiej moralności, za sprawą mody i związanego z nią przemysłu zostały „sprzedane" na „targowisku próżności". Pewne elementy tych nurtów lub wprost całe stylizacje stały się inspiracjami przy tworzeniu kolekcji *haute couture*, *pret-a-porter* czy tzw. sieciówek. Jest w tym pewna ironia losu, że skromny tobołek *hobo* stał się niezwykle kosztowną *hobo bag* od Gucciego czy Louisa Vuittona[5], a dziurawe dżinsy grunge'owców w wersji luksusowej[6] osiągają zawrotne ceny. Stylizacja *hobos*, komponowana była z przypadkowych rzeczy, jednak w sposób świadomy zestawianych wedle obowiązującego członków grupy *dress code'u*. Przy tym strój komunikował nie tylko o przynależności do grupy, ale był także nośnikiem wartości cenionych przez *hobo*, takich jak swoboda, wolność osobista, nonszalancja czy wyalienowanie ze społeczności „zwykłych" ludzi. Był to także sposób na godne

5 Na oficjalnej stronie internetowej marki Gucci, *hobo bag* kosztuje od 2400 do 2750 Euro http://www.gucci.com/pl/category/f/handbags/shoulder_bags_eu?device=c&gclid=CN_C9NCSw8QCFUbKtAod228Agg&gclsrc=aw.ds&dclid=COOmjtGSw8QCFVGUwgodRxEALg#look74946lookA113, zaś ceny hobo bag marki Louis Vuitton kształtują się od 1200 do ponad 5000 dolarów, [data dostępu: 20.01.2015].

6 Na przykład dżinsy z najnowszej kolekcji firmy Pinko kosztują ok. 250 Euro http://www.pinko.it/en-gb/catalog/index/springsummer/jeans. W podobnej cenie są oferowane dżinsy firm Diesel, model 7 for all mankind, por. na stronie https://www.zalando.de/used-look-jeans/?order=price&dir=desc, [data dostępu: 20.03.2015].

i honorowe radzenie sobie z nędzą. Co oznacza więc współczesna stylizacja hobo? Wydaje się, że także nawiązuje do tych dawnych wartości. Współczesny *hobo* również chce pokazać, że jest outsiderem, że obce są mu konsumpcjonizm i tandetny blichtr świata, w którym żyje, choć nie dba o to, że osiąga taki komunikat, mając do dyspozycji środki, które są w zasięgu jego ręki, że zwyczajnie kupuje swoje ubrania i nie musi ich „zdobywać", tak, jak czynił to włóczęga z początku XX wieku. Obecna *boho-girl* chce nade wszystko podkreślić swoją oryginalność i nietuzinkowość, a także artystycznego ducha wraz z pewną tajemniczością i niedopowiedzeniem z niego wynikającym. Paradoksem jest, że robi to, sięgając po masowo produkowane ubrania z sieciówek, tak łatwo dostępne we współczesnym, skomercjalizowanym świecie mody. Paradoksalne wydaje się także, że autentyczna i szczera depresyjność i abnegacja grunge'u obecnie świetnie „sprzedaje się" na rynku mody.

Kiedyś ważne było przede wszystkim to, by komunikat wyrażany strojem dowartościowywał osobę go noszącą. By biedny wydawał się bogatym, a człowiek z nizin społecznych uchodził za arystokratę. Chodziło o aspiracje, o przynależność, choćby pozorną, do „lepszej" grupy społecznej. W egalitarnym społeczeństwie współczesnym komunikat ten zyskał inną interpretację: strój ma wyróżniać z grupy, dawać poczucie indywidualności i jednocześnie mówić o stanie emocjonalnym i osobowości człowieka.

1

2

1. Dwaj hobo na szlaku kolejowym/Two hobos on the railroad.Biblioteka Kongresu USA, The George Grandhambain Collection; http://loc.gov/pictures/resource/cph.3a50795/, [data dostępu: 20.03.2015].
2. Stylizacja grunge/Grunge look; http://cindymangomini.com/2014/02/03/back-to-the-90s/, [data dostępu: 20.03.2015].