

Mgr **Ewa Bulisz**

UMCS Lublin

e-mail: ewa.bulisz@gmail.com

Przemiany i przeobrażenia gatunków prasowych na przykładzie wybranych tekstów o modzie

Celem niniejszego artykułu jest charakterystyka kształtu gatunkowego prasowych wypowiedzi o modzie wyekscerpowanych z magazynów adresowanych do kobiet. Podstawę materiałową stanowią losowo wybrane komunikaty z pism publikowanych w XIX i XX wieku (sygnalnie nawiązując też do współczesności).

Opracowanie ma kształt rekonesansu badawczego, ponieważ wieloaspektowe przedstawienie podjętej tematyki musiałyby się rozrosnąć do rozmiarów monografii.

Problematyka genologiczna, a więc przede wszystkim sposoby realizacji, jak również krystalizacji wzorców gatunkowych, będzie przedstawiana na tle historii prasy kobiecej (zwłaszcza zawierającej teksty poświęcone modzie). W ramach artykułu nie sposób jednak dokonać szczegółowej charakterystyki gatunków i przedstawić wyczerpująco ich przeobrażeń zachodzących w dziejach prasy. Wykorzystując wybrane instrumentarium opisów genologicznych – o czym szczegółowo w dalszej części szkicu – skupiam uwagę na zagadnieniach ogólnych, a więc na identyfikacji gatunkowej wypowiedzi związanych z modą oraz opisie ich wyznaczników strukturalnych, w tym architektoniki tekstów funkcjonującej w roli sygnału gatunkowego. W zbiorze analizowanych wstępnie materiałów znajdują się bowiem przekazy prasowe złożone, ale niepozbawione sygnałów gatunkowej tożsamości. Nie poświęcono im jak dotąd odpowiedniej uwagi w prasoznawstwie ze względu na brak stosownych narzędzi badawczych. Na potrzeby zaprojektowanego tu opisu sięgam zatem do instrumentarium pojęciowego i terminologicznego zaczerpniętego z ustaleń Marii Wojtak¹. Wybrany kierunek metodologiczny dostarcza narzędzi

¹ Por. M. Wojtak, *Wyznaczniki gatunku wypowiedzi na przykładzie tekstów modlitewnych*, „Stylistyka” 1999, t. 8, s. 105–117; Eadem, *Gatunki prasowe*, Lublin 2004; Eadem, *Analiza gatunków prasowych. Podręcznik dla studentów dziennikarstwa i kierunków pokrewnych*, Lublin 2008; Eadem, *Genologia tekstów użytkowych*, [w:] *Polska genologia lingwistyczna*, red. D. Ostaszewska, R. Cudak, Warszawa 2008, s. 339–352; Eadem, *Wzorce gatunkowe wypowiedzi*

pozwalających uchwycić przemiany i przeobrażenia komunikatów medialnych – również tych, które mogą być postrzegane jako osobliwe².

Będę się starała odpowiedzieć na pytania: „Czy wyznaczniki generyczne współczesnych tekstów o modzie³ są dziennikarską innowacją, czy też są o wiele starsze?” oraz „w jakim stopniu i w jaki sposób są zakorzenione w tradycji?”. Pierwszym pojęciem, do którego chcę się odwołać, aby zrealizować cele artykułu, jest ciąg gatunkowy, „rozumiany jako zbiór względnie podobnych realizacji danego gatunku”⁴, składających się na jego dzieje. Punktem wyjścia czynię jednak nie początki owego ciągu, lecz jego nowsze realizacje. Wstępne analizy bogatego zbioru wypowiedzi pozwalają formułować hipotezę, że współczesne teksty nie są innowacyjne w stopniu im przypisywanym.

Komunikaty poświęcone modzie są o tyle ciekawe, że mogą mieć charakter informacyjny, gdy służą wyłącznie zwięzłemu opisowi aktualnie noszonych ubrań lub publicystyczny, gdy zawierają ocenę strojów. Strukturalnie nawiązują do wzmianki, notatki czy artykułu, natomiast na poziomie pragmatycznym czerpią z korespondencji, relacji, felietonu, a nawet reklamy. Ponadto na płaszczyźnie schematów gatunkowych teksty modowe układają się w gatunki w formie kolekcji lub kolekcje gatunków.

Badania mają służyć poszukiwaniu utrwalonych i powtarzalnych zasad kompozycyjnych wybranych publikacji tekstów o modzie, przedstawieniu różnych sposobów ich ukształtowania gatunkowego oraz uporządkowaniu wiedzy o przeobrażeniach wypowiedzi zamieszczanych w czasopismach kobiecych. Pojęciem, wokół którego koncentruję analizy, jest mozaika, traktowana za Wojtak jako jeden ze sposobów realizacji, a więc na poziomie tekstowym, konwencji gatunku w formie kolekcji:

Mozaika jest przekazem jednogłosowym, monotematycznym i adresowanym do określonej grupy odbiorców, a ponadto zasadniczo monointencyjnym. Może funkcjonować jako

a realizacje tekstowe, [w:] *Polska genologia lingwistyczna*, op. cit., s. 353–361; Eadem, *Metamorfozy gatunków prasowych*, [w:] *Współczesne media. Status, aksjologia, funkcjonowanie*, t. 1, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin 2009, s. 362–372; Eadem, *Rozłożone gazety. Studia z zakresu prasowego dyskursu języka i stylu*, Lublin 2015.

² Eadem, *Osobliwe byty gatunkowe i tekstowe w ich uwikłaniach komunikacyjnych*, [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja*, t. 4, *Gatunek a komunikacja społeczna*, red. D. Ostaszewska, J. Przyklenek, Katowice 2011, s. 44–56.

³ Ich szkieletową charakterystykę zawiera artykuł: Eadem, *Wzmianki do zadań specjalnych*, „Media – Kultura – Społeczeństwo” 2007, nr 1 (2), s. 11–12.

⁴ Eadem, *Osobliwe byty gatunkowe...*, s. 279. Termin zaproponował Stefan Sawicki. Zob. S. Sawicki, *Gatunek literacki: pojęcie klasyfikacyjne, typologiczne, politypiczne?*, [w:] *Problemy metodologiczne współczesnego literaturoznawstwa*, red. H. Markiewicz, J. Sławiński, Kraków 1976, s. 209.

komunikat samodzielny lub składnik większej, sekwencyjnie skomponowanej całości, która zbliża się do konwencji gatunku w formie kolekcji. [...] O mozaikowości przekazu można mówić ze względu na to, iż enumeracja jest zastąpiona okazjonalnym przestrzennym ułożeniem komponentów względnie autonomicznych, lecz występujących w określonej kolejności. O mozaikowym charakterze komunikatu przesądza też jego wizualizacja, związana zarówno ze sposobem graficznej prezentacji przekazu werbalnego, jak i z jego dopełnieniem ikonograficznym⁵.

Raz jeszcze deklaruję ograniczenie zakresu analiz do problematyki strukturalnej. W przypadku niektórych tekstów wspominać będę o ich funkcjach, zasadniczo pomijam natomiast omawianie leksyki i frazeologii z zakresu mody, te zagadnienia zostały gruntownie przedstawione w innych opracowaniach⁶.

Metodologia

Według Wojtak wzorzec gatunkowy w ujęciu statycznym to schemat organizacji tekstu, w ujęciu dynamicznym – „zbiór reguł dookreślających najważniejsze poziomy organizacji gatunkowego schematu, relacje między poziomami i sposoby funkcjonowania owych poziomów”⁷. Chociaż poziomy te tworzą całość, to do celów analitycznych badaczka wyróżniła cztery aspekty opisu tego wzorca, tj. płaszczyznę strukturalną (segmenty tekstu i relacje między nimi), poznawczą (temat i sposób jego przedstawienia), pragmatyczną (intencja komunikatu oraz ujęcie w tekście relacji nadawcy i odbiorcy) oraz stylistyczną (zbiór cech, a więc wyznaczników ekstralingwistycznych, zdeterminowanych strukturalnie, dookreślonych poznawczo i pragmatycznie) (tabela 1). Tekst tymczasem w przyjętej optyce badawczej traktować należy jako komunikacyjną aktualizację gatunkowego wzorca/schematu, która może ukonkretnić się jako jego realizacja (gdy

⁵ M. Wojtak, *Osobliwe byty gatunkowe...*, s. 47–48.

⁶ Por. J. Bryła, *Związki frazeologiczne funkcjonujące w prasowych komunikatach dotyczących mody*, „Respectus Philologicus” 2010, nr 17 (22), s. 159–169; M. Karwatowska, *Nazwy strojów zwierciadłem obyczajów i kultury przelomu XVI–XVII wieku*, [w:] *Studia z historii języka polskiego i stylistyki historycznej ofiarowane profesor Halinie Wiśniewskiej na 50-lecie jej pracy naukowej*, red. Cz. Kosyl, Lublin 2001, s. 51–60; Eadem, *Wpływy obce w lubelskim słownictwie mody przelomu XVI/XVII wieku*, „Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska. Sectio FF, Philologiae” 1998, vol. XVI, s. 115–125; Eadem, B. Jarosz, *Emulacja płci w tekstach o modzie*, [w:] *Oblicza płci. Język – Kultura – Edukacja*, red. M. Karwatowska, J. Szpyra-Kozłowska, Lublin 2012, s. 59–72; M. Karwatowska, *Język mody dawniej i dziś*, [w:] *Kulturowy obraz mód społecznych*, red. J. Bujak-Lechowicz, Szczecin 2015, s. 115–127; B. Rejakowa, *Kulturowe aspekty języka mody*, Lublin 2008; K. Wilczewska, *O słownictwie współczesnej mody*, „Język Polski” 1970, z. 2, s. 97–109.

⁷ M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, s. 16.

wypowiedź respektuje większość reguł tego schematu) lub jako reprezentacja (kiedy znacząco poza niego wykracza)⁸. Opisane zjawiska sprawiają, że schemat gatunkowy może zyskiwać wiele wariantów i funkcjonować w postaci wzorca kanonicznego lub wzorców alternacyjnych i wzorców adaptacyjnych⁹. Jeśli obszar modyfikacji dotyczy redukcji, wymiany lub poszerzenia o jakiś składnik, wówczas mamy do czynienia z wzorcami alternacyjnymi. Gdy przeobrażenia polegają na nawiązaniu do obcych schematów gatunkowych, to są one przykładem wzorców adaptacyjnych. Warto także wspomnieć, że w przypadku jednorazowych i nieopowtarzalnych przeobrażeń spotykamy się z okazem¹⁰.

W niniejszych analizach pomocne jest jednak przede wszystkim zastosowanie pojęcia gatunku w formie kolekcji oraz kolekcji gatunków, które w przypadku tekstów o modzie ukonkretniają się najczęściej jako wspomniane już mozaiki, ale można je także odnaleźć w formie kolaży, sylw i serii¹¹.

Tabela 1. M. Wojtak, *Osobliwe byty gatunkowe i tekstowe w ich uwikłaniach komunikacyjnych*, [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja*, t. 4, *Gatunek a komunikacja społeczna*, red. D. Ostaszewska, J. Przyklenek, Katowice 2011, s. 47

Aspekt:	gatunek w formie kolekcji	kolekcja gatunków
strukturalny	zwięźczenie strukturalne rama delimitacyjna dominanta kompozycyjna względna autonomia komponentów	brak zwięźczenia brak ramy delimitacyjnej układ otwarty pełna autonomia komponentów
pragmatyczny	izofunkcyjność niesumaryczna	izofunkcyjność sumaryczna
stylistyczny	wielostylowość obramowana genologicznie	wielostylowość motywowana komunikacyjnie

Początki dziennikarstwa modowego

Pierwszym czasopismem w dziejach kobiecej prasy modowej był francuski magazyn „Le Cabinet des Mode” (1785–1793), jednak największą sławę w Europie zyskał „Le Journal des Dames et des Modes” (1797–1839)¹². Gdy zmarł jego twórca, poświęcono mu w nim wzmiankę, która pokazuje, jak wielki wpływ już wtedy wywierała prasa modowa na społeczeństwo:

⁸ Ibidem, s. 16–17.

⁹ Ibidem, s. 18.

¹⁰ M. Wojtak, *Osobliwe byty gatunkowe...*, s. 50.

¹¹ Ibidem, s. 44–56.

¹² W XVIII wieku we Francji nastąpił wzrost liczby czasopism modowych, który odzwierciedlał wiele czynników, takich jak: rozwój kolei, wzrost dobrobytu konsumentów, postęp technologiczny w druku, rozwój druku litograficznego i ruchy emancypacyjne kobiet.

22 lutego 1831 roku zmarł w Paryżu dyktator, którego władza sięgała daleko poza samą Francję, a jednocześnie niewiele osób znało jego nazwisko. Był to Pierre Joseph Antoine Le Boux de La Mésangère. Był pierwszym współczesnym dyktatorem... mody. Jedynym narzędziem jego władzy była gazeta – „Journal des Dames es des Models”¹³ („Gazeta Dam i Mód”).

W Polsce, podobnie jak w Europie Zachodniej, już w pierwszej połowie XIX wieku czasopiśmiennictwo modowe wyodrębniło się jako oddzielny typ, zaliczany do magazynów kobiecych i specjalistycznych. Początkowo tytuły poświęcone stylowi miały charakter elitarny i były skierowane do najzamożniejszych. Od kiedy pojawiła się prasa, przemysł mody stał się nierozzerwalnie związany z dziennikarstwem skupionym na temacie odzieży. Takie teksty zmieniały się i przeobrażały. Rozwój technik drukarskich pozwalał podnosić jakość rycin, a następnie ilustracji i fotografii, które od zawsze stanowiły ważny komponent tych publikacji.

Z końcem XVIII wieku czasopisma modowe w całej Europie zdominowane zostały przez stroje kobiece. Stylowi męskiemu poświęcano coraz mniej miejsca, co wzmacniało proces feminizacji tego rynku. Do połowy XIX wieku francuska moda damska wyznaczała trendy w całej Europie. Do dziś Paryż uznawany jest za centrum świata mody. Nie wszyscy jednak wiedzą, że pierwszym „medium” prezentującym nowinki na ten temat, zanim jeszcze pojawiały się odpowiednie pisma, były lalki, ubierane w miniaturowe projekty ubrań aktualnie noszonych w Paryżu¹⁴. Wystawiano je regularnie w paryskim sklepie przy Rue Saint-Honoré, a raz w miesiącu wysyłano do wszystkich większych miast europejskich, a także do Ameryki¹⁵. Rząd francuski, w odróżnieniu od innych państw, od początku wspierał krajowy przemysł odzieżowy. Burżuazja, która zaraz po Wielkiej Rewolucji Francuskiej doszła do władzy, szybko dostrzegła, że moda może przynosić realne zyski. Paryska prasa kobieca jako pierwsza stała się już w XVIII wieku narzędziem wykorzystywanym do promocji rodzimych wyrobów. Dziś takie magazyny stanowią wartościowe źródło wiedzy o dziejach ubioru i są bezcennym świadectwem przemian zachodzących w modzie¹⁶.

¹³ Cyt. za: R. Dobek, „*Journal Des Dames Et Des Modes*” – czyli świat paryskiej damy po rewolucji (1797–1839), [w:] *Kobieta i media. Studia z dziejów emancypacji kobiet*, red. P. Perkowski, T. Stegner, Gdańsk 2009, s. 18.

¹⁴ K.N. Best, *The History of Fashion Journalism*, London–New York 2017, s. 17.

¹⁵ Ibidem.

¹⁶ Dużym zainteresowaniem w ostatnim czasie cieszą się rekonstrukcje odzieży i strojów z minionych epok. Pasjonaci poszukują informacji o szczegółach kroju, tak, by stworzyć możliwie najwierniejszą kopię. Pomocą służą im właśnie czasopisma modowe, które przechowały wiedzę o historii ubioru. Przed pojawieniem się takiej prasy jedynym dostępnym źródłem informacji o dawnych strojach były dzieła sztuki, ale trzeba wziąć pod uwagę, że w tym przypadku ubrania utrwalone na obrazach mogły stanowić wizję artysty, a nie wierne odwzorowanie.

Tego typu czasopisma wydawane w języku polskim pojawiły się dopiero w pierwszej połowie XIX wieku, a ich dynamiczny rozwój przypadł na drugą połowę XIX wieku. Od początku wzorowały się na francuskich periodykach (tak jak inne pisma o podobnej tematyce wydawane w całej Europie). Magazyny francuskie stanowiły dużą konkurencję dla polskiej prasy, tym bardziej, że wiele zamożnych kobiet, które było stać na tak luksusowy zakup, jakim było takie czasopismo, często lepiej posługiwało się językiem francuskim niż polskim. Dla salonowej damy prasa modowa była jednak niezbędnym elementarzem francuskiego stylu i podręcznikiem życia w towarzystwie.

Pierwszym polskim czasopismem poświęconym stylowi był „Dziennik Mód Paryskich” (1840–1848, Lwów), założony i prowadzony przez lwowskiego krawca Tomasza Kulczyckiego. To właśnie ten tytuł stał się prekursorem magazynów branżowych, adresowanych do krawców i modystek. Kulczycki przewidział, że prasa modowa będzie odgrywała ważną rolę w rozwoju krawiectwa i handlu. Jako pierwszy wykorzystał więc czasopismo do prezentacji własnych krojów ubrań (przeznaczonych dla kobiet, mężczyzn i dzieci). Do tej pory moda pojawiała się w magazynach jako trzeci dział – obok działu literackiego i poradnikowego, natomiast „Dziennik Mód Paryskich” otwierał właśnie segment mody. Na uwagę zasługuje też „Warszawianin. Tygodnik Mód” (1822), w którym po raz pierwszy czytelniczki mogły obejrzeć kolorowe ilustracje ubrań. Dział poświęcony stylowi odnaleźć możemy również w „Magazynie Mód. Dzienniku przyjemnych wiadomości” (1835–1914), który okazał się najdłużej ukazującym się tytułem w historii czasopism kobiecych. Wśród ważniejszych pism o tej tematyce, dostępnych w języku polskim w XIX wieku, wymienić należy: „Bazar” (1865–1866), „Dziennik Mód. Pismo dla Polek” (1872–1876) „Mody Paryzkie” [sic!] (1879–1883) i „Salon Paryski” (1879). Warto wspomnieć także legendarny „Bluszcz” (1865–1938), który chociaż zaliczany jest do pism społeczno-kulturowych, to jednak dostarczał wyszukanych rycin modowych i śmiało mógłby konkurować z przywołanymi wyżej czasopismami.

Gatunkowe ukształtowanie tekstów o modzie

Teksty o modzie w pismach kobiecych w XIX wieku przybierały najczęściej formę:

- korespondencji – ukazujących aktualne trendy z kraju lub z zagranicy;
- wzmianek – zawierających opisy i pełniących funkcję instruktorową, szczególnie ważną dla szwaczek, które na ich podstawie szyły zaprezentowane w czasopismach stroje.

Mamy więc w początkowym okresie rozwoju tych pism do czynienia z dwoma typami wypowiedzi o modzie – informacyjno-publicystyczną korespondencją oraz

czysto informacyjnym opisem w postaci wzmianek. Przyjrzyjmy się bliżej obu tym sposobom komunikacji.

Korespondencja należy do najstarszych gatunków dziennikarskich. Wywodzi się z epistolografii i jest spokrewniona z listem, dziennikiem oraz pamiętnikiem, a ze względu na prasowy charakter zbliżona jest także do artykułu i felietonu. W opracowaniach określana jest jako gatunek z pogranicza informacji i publicystyki:

Korespondencja – publikacja prasowa [...] przekazana spoza miejscowości, która stanowi siedzibę redakcji; informacja o aktualnych faktach i zdarzeniach oraz zawierająca często ich interpretację i ocenę. [...] pozostawia piszącym stosunkowo znaczną swobodę w zakresie wyboru tematyki i formy. [...] upodabnia się do depeš prasowych, wiadomości [...], nawiązuje do cech takich gatunków, jak np. artykuł, felieton, reportaż¹⁷.



Ilustracja 1. „Dziennik MÓD Paryskich” R. 8, 1846, nr 21, s. 1

Ilustracja pierwsza jest przykładem typowej korespondencji¹⁸. Wśród sygnałów tego gatunku wymienić należy: aktualność („dnia 25 września 1846”), miejsce,

¹⁷ K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, *Gatunki informacyjne, [w:] Prasowe gatunki dziennikarskie*, red. K. Wolny-Zmorzyński [et al.], Warszawa 2014, s. 42.

¹⁸ „Dziennik MÓD Paryskich” R. 8, 1846, nr 21, s. 1.

z którego autor nadaje tekst („Paryż”) oraz opisowe przedstawienie fragmentu rzeczywistości:

Nie ma jeszcze stałej mody w strojach jesiennych; zdaje się jednak iż niebawem będziemy już mogli coś pewnego donieść naszym czytelniczkom, tymczasem podajemy opis tych strojów jakie nam najwięcej do smaku przypadły. Suknia rypsowa jasno różowego koloru zapinana rzędem dużych emaliowanych guzików; z gładkim otwartym stanikiem, guzami ozdobionym; z gładkimi rękawami przez środek ręki także na guziczki zapinanym¹⁹.

Prymarnym celem takiego komunikatu jest powiadomienie o panujących trendach. Nadawca przyjmuje rolę obserwatora, komentatora i recenzenta, któremu odbiorca może w pełni zaufać. Dobór tematyki korespondencji jest dostosowany do oczekiwań czytelniczek. W przypadku kobiecych pism modowych selekcja treści zostaje ograniczona do opowiedzenia o odzieży („suknia rypsowa”, „tarlatanowa suknia”, „redyngoty”, „surduty”, „paletoty”). Przyjęty punkt widzenia zorientowany jest na świat mody, a to decyduje o wyznacznikach stylistycznych tekstów. Ich znamieniem jest nagromadzenie przymiotników opisujących właściwości omawianych strojów – ich kolor („błękitny”, „popielaty”, „jasno różowy”), fakturę („gładki”, „marszczony”), kształt („rozwany”, „półdługie”, „wąskie”, „wysoko zachodzące”) czy materiał, z którego zostały wykonane („z indyjskiego muszlinu”, „z surowego fularu”). Nadawca posługuje się słownictwem specjalistycznym i barbarzyzmami z języka francuskiego („*pouly de soie*”, „*gros d’Oran*”). Komunikację w takich tekstach cechuje elitaryzm²⁰, gdyż redakcja zwraca się tylko do wybranych odbiorców, którzy sprawnie posługują się językiem francuskim.

Jest to przykład korespondencji w formie kolekcji, która została scalona jednym tytułem: *Mody*²¹. Oprócz korespondencji (wewnętrznie podzielonej śródtytułami na dwa segmenty: *Stroje damskie* i *Stroje męskie*) składają się na nią opisy rycin, które odnoszą się do strojów zaprezentowanych w tekście i na okładce pisma („Rycina przedstawia: sukienkę muszlinową do rannego ubrania ze stanikiem marszczonym półgorsetowym”). Wzajemne relacje tekstów oraz ich związek z materiałem ikonograficznym to czynniki, które sprawiają, że całość możemy traktować na poziomie tekstowym jako przykład mozaiki.

Korespondencje były bardzo popularne w tamtym okresie i występowały także jako komponenty kolekcji gatunków. Przykładem doraźnej kolekcji są *Mody Paryżkie* i *Mody Warszawskie* publikowane w „Magazynie Mód”. W pierwszym numerze redakcja tak oto zapowiadała ten stały cykl: „Mody Paryżkie i Warszaw-

¹⁹ Cytując, zachowuję cechy graficzne oryginałów.

²⁰ Zob. M. Wojtak, *Rozłożone gazety...*, s. 172.

²¹ Patrz Ilustracja nr 1.

skie. Zamieszczone są podług najświeższych dzienników zagranicznych i wzorów miejscowych z potrzebnem wyjaśnieniem²². Teksty cechuje brak zwięźczenia strukturalnego i brak ramy delimitacyjnej, co sprawia, że ich układ jest otwarty i każdy z nich zyskuje pełną autonomię. Kolekcja korespondencji zaistniała, by podkreślić, że pismo zawiera zarówno doniesienia ze świata mody krajowej, jak i bardziej pożądaney mody paryskiej. Łącząc treści rodzime i zagraniczne, kolekcja podkreśla współwystępowanie związane z określoną funkcją ogólną, jaką jest omówienie i ocena ówczesnych trendów obowiązujących wśród zamożnych warstw społecznych. *Mody Paryzkie* i *Mody Warszawskie* to komunikaty jednorodnego gatunkowo, mają tę samą intencję, jaką jest powiadomienie o aktualnej modzie: „Na wieczorach tańczących i balach zwierzchnie suknie najwięcej używane są [...]”²³; „Na mniejszych wieczorach widzieć się daje suknie [...]”²⁴. Anonimowy korespondent dzieli się z czytelniczkami swoimi spostrzeżeniami: „Wiele używają sukien atlasowych różnego koloru złotem i srebrem haftowanych, iednak młode panny najwięcej używają gazy”²⁵, „kapelusze ronda już znacznie noszą większe, u niektórych kapeluszków axamitne czarne podszycie”²⁶. Opisowi towarzyszy ocena i uwagi osób noszących te ubrania: „wykończenie chociaż bardzo delikatne jednak mniej wygodne”²⁷, „szczególnej chwalono strój następujący”²⁸. Autor informuje także o tym, co już wychodzi z mody: „garniowania karbowane jeszcze są używane, lecz zdaje się że nie długo będą, wzięte powoli już je zarzucają”²⁹. Korespondencje zawierają, jak widać, opinie, oceny, sugestie i porady, co zbliża je do komunikacji publicystycznej. Łączą informowanie z interpretacją, służą wyjaśnieniu rzeczywistości oraz jej prognozowaniu na podstawie zaobserwowanego stanu rzeczy.

Drugim sposobem prezentowania mody w czasopiśmie z XIX wieku były wzmianki, czyli najmniejsze rozmiarowo gatunki, opisujące pojedynczy strój. Ich tytuł zawsze zawierał nazwę ubrania oraz odsyłał do ukazującej je ryciny. Intencją tych komunikatów było zwięzłe przekazanie wiadomości o kroju, kształcie, wielkości oraz materiale, z którego została uszyta dana część garderoby. Stałą tendencją kompozycyjną był układ blokowy. Oto stosowny przykład, przedstawiający architekturę omawianych zbiorów wzmianek (ilustracja 2):

²² *Spis rzeczy zawarty w Magazynie Mód za rok 1835*, „Magazyn Mód. Dziennik przyjemnych wiadomości” 1835, nr 1, s. 2.

²³ *Mody Paryzkie*, „Magazyn Mód” 1835, nr 1, s. 7.

²⁴ *Mody Warszawskie*, „Magazyn Mód” 1835, nr 1, s. 7.

²⁵ *Mody Paryzkie*, op. cit.

²⁶ *Mody Warszawskie*, op. cit.

²⁷ *Mody Paryzkie*, op. cit.

²⁸ Ibidem.

²⁹ Ibidem.

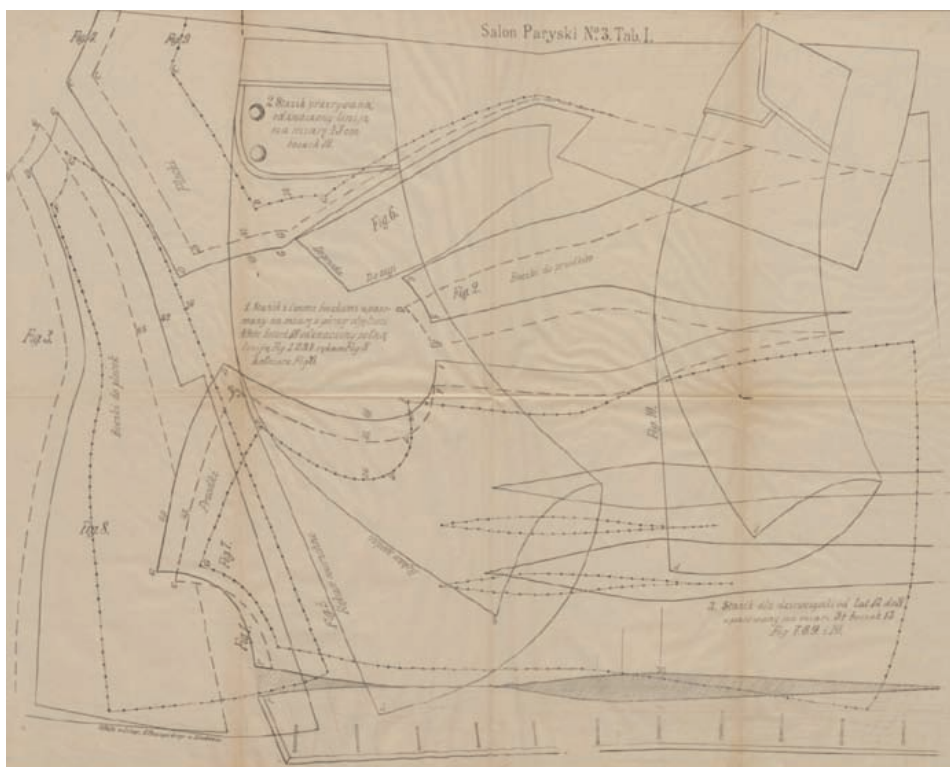


Ilustracja 2. „Salon Paryski” R. 1, 1879, nr 3, s. 1–2

Wzmianki wraz z numerycznymi odsyłaczami do poszczególnych ilustracji stanowią przykład mozaiki. Komunikaty te zachowują jedność tematyczną i mają charakter monointencyjny. Ich funkcją jest prezentacja pojedynczych obiektów, których nazwy są jednocześnie tytułami wzmianek: *Ubranie spacerowe*, *Ubranie objadowe*, *Ubranie wizytowe*, *Kostium krótki*, *Ubranie do wyjścia na miasto*, *Kostium wieczorowy*.

Każdy tekst musi odznaczać się zwięzłością, a jednocześnie szczegółowym i wiernym odzwierciedleniem opisywanych elementów garderoby. Z pozoru wydaje się to proste, jednak zawarcie najistotniejszych i wystarczających informacji w charakterystyce pojedynczego stroju wymaga posługiwania się precyzyjnymi i specjalistycznymi określeniami z żargonu krawców i modystek. Wzmianki musiały być zatem użyteczne dla osób zajmujących się szyciem. Do opisów rycin dołączone są objaśnienia oraz wykroje (ilustracja 3).

Dwa wymienione typy funkcjonowania tekstów modowych, jako korespondencji oraz w postaci wzmianek, wyznaczyły ich tendencje komunikacyjne i kompozycyjne w XX i XXI wieku. Mozaikowy charakter tych materiałów został utrwalony za sprawą rozwoju technik drukarskich, ale przede wszystkim był odpowiedzią na potrzeby czytelniczek, chcących nie tylko wiedzieć, co słychać



Ilustracja 3. „Salon Paryski” R. 1, 1879, nr 3, s. 21

w świecie wielkiej mody, ale także potrzebujących instrukcji, dzięki którym mogłyby same uszyć stroje zgodne z panującymi trendami.

W ostatniej dekadzie XIX wieku zainteresowanie modą w całej Europie sięgnęło zenitu za sprawą magazynów o tej tematyce³⁰. Bogata burżuazja, która wzbogaciła się na handlu, mogła wydawać zarobione pieniądze na stroje, by w ten sposób podnieść swój status społeczny. Warto także zauważyć, że wiele kobiet znajdowało zatrudnienie jako szwaczki. Był to jeden z nielicznych zawodów, w którym panie mogły konkurować z mężczyznami. Niestety była to profesja źle wynagradzana, która jednocześnie wymagała żmudnej, wielogodzinnej pracy: „nie można zapomnieć o tysiącach bezimiennych kobiet, które szyły te najbardziej pożądane wówczas suknie. Robiły to często w złych warunkach lokalowych, oświetleniowych”³¹.

³⁰ Zob. *Historia mody*, red. M. Fogg, przeł. E. Romkowska, Warszawa 2016, s. 116.

³¹ P. Szaradowski, *Francja elegancja. Z historii haute couture*, Wrocław 2016, s. 46.

Poniżej (ilustracja 4) przedstawiona jest okładka „Dobrej Gospodyni” z 1905 roku. Zamieszczono na niej rysunki dwóch dam w sukniach żałobnych. Pod ilustracjami widnieją podpisy „Fig. 1 Suknia żałobna”, „Fig. 2 Suknia żałobna wizytowa”, które stanowią odsyłacze do zatytułowanych w ten sam sposób wzmianek znajdujących się na stronie kolejnej.



Ilustracja 4. „Dobra Gospodyni” R. V, 1905, nr 12, s. 1–2

Pomiędzy ilustracjami a opisami rycin w formie wzmianek odnajdziemy tekst pt. *Wędrowki sezonowe po warszawskich magazynach*, który może być przykładem wzorca alternacyjnego korespondencji krajowej. Jego autor podpisał się pseudonimem Acer, a sam tekst został wewnątrz określony najpierw jako „sprawozdanie mód miejskich na rozpoczynający się sezon”, zaś na końcu jako „przegląd”. Nie sposób jednoznacznie zakwalifikować go do określonego gatunku. Znaleźć w nim można elementy wspomnianej korespondencji (alternacji ulegają takie sygnały jak data i miejsce napisania tekstu). Celem tego komunikatu jest niewątpliwie poinformowanie o aktualnych trendach modowych:

Jesteśmy na progu wiosny... dziś, jutro zawita ona do nas na dobre [...]. Dla elegantek i nie elegantek nawet – to termin ostateczny poinformowania się o tem, co przyniesie z sobą

wiosenna moda. [...] Na ulicę używane będą w tym sezonie najwięcej saki. [...] Na zakończenie tego działu jeden jeszcze model, niesłychanie oryginalny. W przyszłym numerze podamy wzory sukien [...] Acer³².

Przywołany komunikat na poziomie tekstowym ukonkretnia się jako mozaika złożona z części centralnej o charakterze publicystycznym i blokowo ułożonych wzmianek opisujących zaprezentowane na rycinach stroje. Poszczególne elementy zachowują autonomię, łączy je jednak cel globalny, jakim jest powiadomienie o obowiązującej modzie oraz dostarczenie charakterystyki ówczesnych strojów.

Na przełomie XIX i XX wieku przemysł modowy dzięki nowo powstałym fabrykom zaczął ewoluować w stronę produkcji masowej. Wybuch I wojny światowej wstrzymał jednak rozwój tego sektora odzieżowego, a także wydawanie pism poświęconych stylowi. Dopiero w dwudziestoleciu międzywojennym znów pojawiły się nowe tytuły. Był to okres bardzo dynamiczny dla rozwoju prasy, czasopisma kobiece służyły zaś przede wszystkim jako miejsce kształtowania światopoglądu czytelniczek. Większość takich pism zawierała także rozbudowane rubryki poświęcone modzie. Warte wymienienia z okresu II Rzeczypospolitej są: „Elegancka Pani” (1937–1939), „Przegląd Mody” (1925–1939) i „To Co Najmodniejsze” (1931–1935). Informowały one głównie o trendach, jakie w tym czasie zaczęło dyktować kino i hollywoodzkie gwiazdy filmowe. Teksty modowe publikowane były także na łamach innych popularnych magazynów kobiecych. Takie działy miały: „Świat Kobiety” (1921–1932), „Pani” (1922–1925), „Kobieta Współczesna” (1927–1934) czy „Moja Przyjaciółka” (1934–1939). Przyjrzyjmy się zatem niektórym tekstom poświęconym tej tematyce.

Wybrany do analizy *Komunikat mody* składa się z tekstu centralnego oraz ilustracji strojów wraz z ich krótkimi opisami w postaci wzmianek. W warstwie pragmatycznej nawiązuje do wzorca korespondencji zagranicznej, której celem jest ukazanie twórczości znanych i cenionych wówczas francuskich projektantów. Jeanne Paquin (1869–1936)³³ oraz Jean Patou (1887–1936), o których mowa, nie zostają jednak przybliżeni czytelnikom. Nie mamy więc do czynienia z sylwetką. Autor koncentruje się na ich strojach:

Widuje się u niego suknie zupełnie na pozór proste i gładkie, noszące to pomimo charakter nowy i oryginalny [...]. Ulubionym detalem Paquina są plisowane i falisto opadające tkaniny [...]. Jean Patou wydaje modele o wysokim stanie; lubi on zaznaczać prawe biodro.

³² „Dobra Gospodyni” R. V, 1905, nr 12, s. 2.

³³ W analizowanym materiale projektantka Jeanne Paquin jest przedstawiona jako mężczyzna: „Paquin, mistrz krawców francuskich, który odznacza się zdolnością nadawania każdej toalecie kobiecej piękna indywidualnego”. Redaktorzy popełnili błąd, bowiem Jeanne Paquin była kobietą.

Marszczy on na prawym boku materiał. (sic!) [...] Wprowadza oryginalne haftowane motywy. [...] Szyje on płaszcze trzykwierciowe z materiału lub futra [...]. Nowy płaszcz Patou i innych mistrzów odznacza się szczególną dokładnością kroju.

Korespondencji poświęconej stylowi projektantki towarzyszą fotografie i rysunki prezentujące ubrania oraz wzmianki wraz z numerami pełniącymi funkcję odsyłaczy (ilustracja 5).



Ilustracja 5. „Przeгляд Mody” 1927, nr 11, s. 1, 15–17

Po raz kolejny widzimy, że złożona z tekstu centralnego oraz satelickich ilustracji i opisujących je wzmianek mozaika stanowi przykład powtarzalnej konstrukcji architektonicznej, typowej dla artykułów o modzie.

Wybuch II wojny światowej ponownie zahamował rozwój przemysłu odzieżowego. W wielu państwach wprowadzono programy racjonalnego wykorzystania materiałów oraz drukowano broszury, w których doradzano, jak najlepiej spożytkować zniszczone tkaniny, np. zasłaniając dziury haftem. Dla przykładu rząd brytyjski wydał w marcu 1941 roku surowe przepisy, ograniczające zużycie materiałów oraz liczbę używanych w strojach guzików. Reglamentowanie ubiorów w Wielkiej Brytanii trwało aż do 1950 roku. Problem braku towarów, zaistniały w wyniku poniesionych strat wojennych, objął całą Europę.

Zakończenie wojny przyniosło dalszy rozłam polityczny i podział Europy żelazną kurtyną na Europę Zachodnią i Europę Środkowo-Wschodnią. Podczas gdy Paryż i Londyn przeżywały odrodzenie się wielkiej mody i dynamiczny wzrost produkcji, w państwach podporządkowanych ZSRR brakowało tkanin, co uniemożliwiało rozwój przemysłu odzieżowego. Pisma rodzime nie mogły zatem pokazywać towarów, które były niedostępne w kraju:

Czasy się zmieniły – i zmieniły się także kobiety. Straszliwy huragan wojny był [...] dla kobiet polskich surową ogniową próbą charakterów [...]. Wyszły z tej próby zwycięsko, stały się towarzyszkami życia i pracy mężczyzn [...]. Umieją też rezygnować chętnie z luksusu i przesadnego blichtru. To też musimy z dużą rezerwą odnieść się do fantastycznych wieści ze stolicy mody³⁴.

Celem kobiecych czasopism było przede wszystkim mobilizowanie pań do zwiększenia wydajności pracy, samą modę przedstawiano jako przejaw zachodniej rozrzutności i niegospodarności, a jeśli już promowano wyroby odzieżowe, to były to zawsze produkty rodzime lub radzieckie. Największą popularnością cieszyły się wówczas takie pisma, jak: „Kobieta i Życie” (1946–2002) czy „Przyjaciółka” (1948–1998). Ich redaktorzy, wychodząc naprzeciw potrzebom ówczesnych kobiet, publikowali przede wszystkim wykroje i wzory ubrań, które mogły posłużyć do samodzielnego szycia. Dużą popularnością cieszyły się instrukcje robótek ręcznych, takich jak haftowanie czy robienie na drutach. Pomimo kryzysu mody, teksty o niej nie zmieniły swojego kształtu. Redaktorzy dalej najchętniej komponowali z nich konstrukcje mozaikowe, złożone z rysunków/zdjęć i odnoszących się do nich wzmianek (ilustracja 6).

³⁴ *Gdy się nie ma, co się lubi...*, „Moda i Życie Praktyczne” 1947, nr 17, s. 2.



Ilustracja 6. „Moda i Życie Praktyczne”, 1947, nr 17, s. 11

Drugim sposobem powiadamiania o modzie nadal było wykorzystywanie konstrukcji mozaikowych złożonych z korespondencji z wydarzeń ze świata mody oraz fotografii ubrań, polecanych jako stylowe, którym towarzyszyły podpisy w formie wzmianek lub sygnałów (ilustracja 7).



Ilustracja 7. „Kobieta i Życie” 1956, nr 19 (355), s. 6–7

Po 1989 roku nastąpił wzrost liczby pism kobiecych. Kapitalizm sprawił, że polski rynek zalała fala czasopism poświęconych modzie. Konsumpcyjny styl życia, który przejawiał się różnorodnością i bogactwem dostępnych ubrań, doprowadził do tego, że kobiety zaczęły poszukiwać wskazówek, co kupić i co z czym należy łączyć, by wyglądać stylowo. Obecnie dużą popularnością cieszą się międzynarodowe magazyny (tzw. kalki) takie jak „Elle” (w Polsce od 2006 roku) (ilustracja 8) i „Harper’s Bazaar” (od 2013) (ilustracja 9). Do pism modowych zaliczyć można także te zakupowe, typu „Avanti” (od 2004). W lutym 2018 roku po raz pierwszy ukazała się polska wersja międzynarodowego i legendarnego magazynu „Vogue”. Warto również podkreślić, że inne typy pism kobiecych, m.in. poradnikowe (np. „Dobre Rady”, „Poradnik Domowy”), luksusowe (np. „Twój Styl”, „Glamour”) czy plotkarskie (np. „Show”, „Party”), też w dużej mierze zdominowane są przez teksty poświęcone tematowi odzieży.



Ilustracja 8. „Elle” 2015, nr 8 (251), s. 120–121



Ilustracja 9. „Harper’s Bazaar” 2016, nr 5, s. 24–25

Wnioski

Posiłkując się przedstawionym we wstępie artykułu instrumentarium badawczym, a w szczególności takimi pojęciami jak: ciąg gatunkowy, gatunek w formie kolekcji, kolekcja gatunkowa (na poziomie schematów gatunkowych) i mozaika (na poziomie tekstowych aktualizacji), starałam się pokazać, że ostatnie, czyli współczesne ogniwa ciągu gatunkowego są dobrze zakorzenione w prasie. Od początku funkcjonowania kobiecych magazynów pojawiały się komunikaty mody, złożone ze wzmianek łączonych z materiałem ikonograficznym, czyli kompozycje tekstowe w formie mozaiki jako realizacje jednego ze schematów gatunku w formie kolekcji. Obecnie to właśnie one dominują. W przeszłości stanowiły jedną z form gatunkowego ukształtowania tekstów o modzie – obok tematycznie wyprofilowanej korespondencji, także przybierającej formę mozaiki.

Pilotażowe analizy pokazują, że już na początku dziejów prasy kobiecej ukształtowały się dwa ciągi gatunkowe, czyli kolekcja gatunków z przeważającym składnikiem w formie korespondencji oraz gatunek w formie kolekcji złożony ze wzmianek. W obu schematach komponentem obligatoryjnym był element ikoniczny.

Dążenie do skrótu, traktowanie czytelnika jako skanera, dominacja kultury obrazkowej, technologiczne zróżnicowanie mediów – to prawdopodobnie najważniejsze czynniki powodujące zanik jednego ze wskazanych ciągów gatunkowych.

Współczesne kolekcje wzmianek różnią się od tych dawniejszych mniejszą schematycznością korpusów oraz sposobem prezentacji materiału ikonograficznego. Układy kompozycyjne mają zaś długą tradycję i nie mogą być postrzegane jako nowość.

Warto zatem sięgać do historii prasy, aby przekonać się o stopniu innowacyjności jej współczesnych realizacji.

Summary

Changes and Transformations of Genres in Chosen Texts About Fashion

The article shows genre transformation on the basis of chosen texts about fashion. The author followed through the compositional formation of texts about fashion, published in women lifestyle magazines from 19th through 20th to 21st century. Taking into consideration pragmatic aspect, texts about fashion adapt genre indicators such as correspondence, column, story, review or advertisement. However, the genre identification should not be absolutized. The analysis of genre strings, with particular consideration of architectonics of the texts, shows that typical for contemporary magazines layouts – genres in the form of collection, composed of references (affiliated with iconographical material) are not editorial novelty. They have a long tradition, on the contrary. Another difference, according

to the contemporary times, is genre richness of texts about fashion. Two schemes decided about the form of texts in the past: the genre in the form of collection that was composed of references and collection of genres with the domination of correspondence.

Keywords: texts about fashion; mosaic; text composition; text structure; genre string

Streszczenie

Artykuł przedstawia przeobrażenia gatunkowe wybranych tekstów dotyczących mody. Autorka prześledziła ukształtowanie kompozycyjne materiałów ukazujących się w prasie kobiecej od wieku XIX, przez wiek XX, aż do współczesności. W aspekcie pragmatycznym publikacje modowe adaptują wyznaczniki gatunkowe korespondencji, felietonu, relacji, recenzji czy reklamy. Nie można jednak tej generycznej identyfikacji absolutyzować. Analiza ciągów gatunkowych ze szczególnym uwzględnieniem architektoniki realizujących je tekstów pokazuje, że typowe dla współczesnej prasy układy, czyli gatunki w formie kolekcji złożone ze wzmianek (stowarzyszonych z materiałem ikonograficznym) nie są redakcyjną nowością. Wprost przeciwnie – mają długą tradycję. Kolejna różnica w stosunku do współczesności dotyczy bogactwa genologicznego tekstów o modzie. W przeszłości o ich ukształtowaniu decydowały dwa schematy: gatunek w formie kolekcji złożony ze wzmianek oraz kolekcja gatunków z dominującą korespondencją.

Słowa kluczowe: teksty o modzie; mozaika; kompozycja tekstu; struktura tekstu; ciąg gatunkowy

Bibliografia

- Best K.N., *The History of Fashion Journalism*, London–New York 2017.
- Bryła J., *Związki frazeologiczne funkcjonujące w prasowych komunikatach dotyczących mody*, „Respectus Philologicus” 2010, nr 17 (22), s. 159–169.
- Dobek R., „*Journal Des Dames Et Des Modes*” – czyli świat paryskiej damy po rewolucji (1797–1839), [w:] *Kobieta i media. Studia z dziejów emancypacji kobiet*, red. P. Perkowski, T. Stegner, Gdańsk 2009, s. 16–34.
- „Dobra Gospodyni” R. V, 1905, nr 12.
- „Dziennik Mód Paryskich” R. 8, 1846, nr 21.
- „Elle” 2015, nr 8 (251).
- „Harper’s Bazaar” 2016, nr 5.
- Historia mody*, red. M. Fogg, przeł. E. Romkowska, Warszawa 2016.
- Karwatowska M., Jarosz B., *Emulacja płci w tekstach o modzie*, [w:] *Oblicza płci. Język – Kultura – Edukacja*, red. M. Karwatowska, J. Szpyra-Kozłowska, Lublin 2012, s. 59–72.

- Karwatowska M., *Język mody dawniej i dziś*, [w:] *Kulturowy obraz mód społecznych*, red. J. Bujak-Lechowicz, Szczecin 2015, s. 115–127.
- Karwatowska M., *Nazwy strojów zwierciadłem obyczajów i kultury przełomu XVI–XVII wieku*, [w:] *Studia z historii języka polskiego i stylistyki historycznej ofiarowane profesor Halinie Wiśniewskiej na 50-lecie jej pracy naukowej*, red. Cz. Kosyl, Lublin 2001, s. 51–60.
- Karwatowska M., *Wpływy obce w lubelskim słownictwie mody przełomu XVI/XVII wieku*, „*Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska. Sectio FF, Philologiae*” 1998, vol. XVI, s. 115–125.
- „Kobieta i Życie” 1956, nr 19 (355).
- „Magazyn Mód. Dziennik przyjemnych wiadomości” 1835, nr 1.
- „Moda i Życie Praktyczne” 1947, nr 17.
- „Przegląd Mody” 1927, nr 11.
- Rejakowa B., *Kulturowe aspekty języka mody*, Lublin 2008.
- „Salon Paryski” R. 1, 1879, nr 3.
- Sawicki S., *Gatunek literacki: pojęcie klasyfikacyjne, typologiczne, politypiczne?*, [w:] *Problemy metodologiczne współczesnego literaturoznawstwa*, red. H. Markiewicz, J. Sławiński, Kraków 1976, s. 204–211.
- Szaradowski P., *Francja elegancja. Z historii haute couture*, Wrocław 2016.
- Wilczewska K., *O słownictwie współczesnej mody*, „*Język Polski*” 1970, z. 2, s. 97–109.
- Wojtak M., *Analiza gatunków prasowych. Podręcznik dla studentów dziennikarstwa i kierunków pokrewnych*, Lublin 2008.
- Wojtak M., *Gatunki prasowe*, Lublin 2004.
- Wojtak M., *Genologia tekstów użytkowych*, [w:] *Polska genologia lingwistyczna*, red. D. Ostaszewska, R. Cudak, Warszawa 2008, s. 339–352.
- Wojtak M., *Metamorfozy gatunków prasowych*, [w:] *Współczesne media. Status, aksjologia, funkcjonowanie*, t. 1, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin 2009, s. 362–372.
- Wojtak M., *Osobliwe byty gatunkowe i tekstowe w ich uwikłaniach komunikacyjnych*, [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja*, t. 4, *Gatunek a komunikacja społeczna*, red. D. Ostaszewska, J. Przyklenek, Katowice 2011, s. 44–56.
- Wojtak M., *Rozłożone gazety. Studia z zakresu prasowego dyskursu, języka i stylu*, Lublin 2015.
- Wojtak M., *Wyznaczniki gatunku wypowiedzi na przykładzie tekstów modlitewnych*, „*Stylistyka*” 1999, t. 8, s. 105–117.
- Wojtak M., *Wzmianki do zadań specjalnych*, „*Media – Kultura – Społeczeństwo*” 2007, nr 1 (2), s. 7–17.
- Wojtak M., *Wzorce gatunkowe wypowiedzi a realizacje tekstowe*, [w:] *Polska genologia lingwistyczna*, red. D. Ostaszewska, R. Cudak, Warszawa 2008, s. 353–361.
- Wolny-Zmorzyński K., Kaliszewski A., *Gatunki informacyjne*, [w:] *Prasowe gatunki dziennikarskie*, red. K. Wolny-Zmorzyński [et al.], Warszawa 2014, s. 33–59.