

## Czy warto traktować modę poważnie? Czyli o wciąż aktualnym zaproszeniu dla socjologów

(Rec. Peter McNeil, *Fashion: Critical and Primary Sources Volume 4: The Twentieth Century to Today*. Oxford/New York, wydawnictwo BERG, 2009, 302 strony)

NATALIA ROŚ

Akademia Górniczo-Hutnicza w Krakowie

Wydawnictwo BERG z Wielkiej Brytanii, specjalizujące się przede wszystkim w publikacjach z pogranicza antropologii, studiów kulturowych, designu oraz mody, poszerzyło ofertę o kolejną pozycję z dziedziny socjologii mody. W 2009 roku ukazał się obszerny, czterotomowy zbiór publikacji zatytułowany *Fashion: Critical and Primary Sources*. Redakcją antologii zajął się Peter McNeil – historyk sztuki i designu, który w swoich badaniach prowadzonych między innymi w Australii, Kanadzie, Danii, Szwecji i Wielkiej Brytanii koncentruje się na roli mody we współczesnym świecie oraz wpływie mód na tożsamość jednostek oraz grup na przestrzeni wieków.

Studiowanie teorii i socjologii mody staje się obecnie coraz bardziej popularne jako programy akademickie. Sama moda jest chętnie podejmowanym przez media tematem. Może to prowadzić do błędnego przekonania, iż sfera badań nad modą jest nowym kierunkiem zainteresowań społecznych. Antologia, poprzez zaprezentowanie ponad 100 esejów i artykułów poświęconych modzie a sięgających aż do roku 1769 ma na celu udowodnienie długiej tradycji teorii mody. Tomy podzielone są chronologicznie i zatytułowane zostały kolejno: *Late Medieval to Renaissance* (poświęcony głównie historii kostiumów, związkom mody z literaturą oraz gestom i rytuałom – w tym esej Marii Boguckiej zatytułowany *Gesture, Ritual, and Social Order in Sixteenth to Eighteenth Century in Poland* oraz artykuł Umberto Eco *The Medieval Aesthetic Sensibility*), *The Eighteenth Century* (między innymi o początkach zachowań konsumpcyjnych, genezie terminu „styl”, różnicach w modzie męskiej i damskiej oraz wciąż aktualny esej Denisa Diderota zatytułowanego *Regrets on Parting with My Old Dressing Gown, or, A Warning to Those Who Have More Taste than Money*), *The Nineteenth Century* (dotyczący przedstawienia ciała w sztuce, krytyki luksusu, analizy przemysłu modowego oraz artykuł *Tigersprung: Fashioning History* Urlicha Lehmana poświęcony historii mody). Ostatni ze zbioru tom czwarty, zatytułowany *The Twentieth Century to Today*, wybrałam do recenzji z racji faktu, iż jest on najaktualniejszy i traktuje o zjawiskach ze sfery socjologii mody, których czytelnik może doświadczać na co dzień.

Ostatni tom został podzielony na cztery rozdziały (*Fashion's Structures, Fashion and Fantasy, Fashion and Identity oraz Fashion and Aesthetics*) i zawiera artykuły (a także ustępy z monografii) dwudziestu czterech autorów badających problematykę teorii mody oraz analizujących dyskurs narastający wokół ewolucji kulturowych praktyk obcowania mody z nowymi tendencjami w sztuce oraz technologiami w kontekście globalizacji. Czytelnik odnajdzie tu między innymi rozprawę Thorsteina Veblena z wciąż aktualnymi rozważaniami dotyczącymi konsumpcji na pokaz, gdzie wydatki na odzież i gadżety są doskonałym przykładem kultury pieniężnej.

Teoretycy kultury i historycy mody skupiają się przede wszystkim na trzech funkcjach odzieży<sup>1</sup>: użyteczności, skromności/nieskromności (czyli podkreślaniu lub niepodkreślaniu atrakcyjności seksualnej) oraz

<sup>1</sup> Por. Jones Sue Jenkyn; 2007, *Moda. Projektowanie*, Warszawa; wyd. Arkady, s. 51.

zdobieniu. Veblen na pierwszy plan wysuwa wymóg mówiący o tym, aby strój był odpowiednio drogi, by móc zmanifestować status społeczny. W taki sposób wzrost ceny danego dobra powoduje wzrost snobistycznego popytu na konkretne dobro.

W podobne rozważania wpisuje się esej *Philosophy of Fashion* Georga Simmla. Pod względem socjologicznym moda jest wytworem podziału klasowego. Mechanizm różnicowania się klas niższych i wyższych działa na zasadzie posiadania lub nie konkretnych przedmiotów bądź adaptowania danych stylów. Gdy niższa klasa naśladuje i przejmuje wzorce klasy wyższej, następuje kolejna faza dystynkcji – wprowadzenie nowych, droższych wzorców i stylów.

Warto również zwrócić uwagę na ciekawy tekst Karen Tranberg Hansen zatytułowany *Other People's Clothes? The International Second-Hand Clothing Trade and Dress Practices in Zambia*. Autorka analizuje handel używaną odzieżą w Afryce – bada społeczności w Nigerii, Kenii, a przede wszystkim w Zambii pod kątem wartości, jakie są przypisywane ubraniom przez dane grupy społeczne. Analizuje etymologię słowa second-hand w różnych społecznościach afrykańskich: „*calamidades*” w Mozambiku w latach 90., „*dead white men's clothes*” w Ghanie, „*died in Europe*” w północnych częściach Tanzanii, „*shake and sell*” w Senegal, „*kaunjika*” w Malawi, co oznacza „wybierać” oraz w Zambii „*salaula*”, co można przetłumaczyć jako „wybierając ze stosu, wybierając ze sterty”.

Okazuje się, że kolory, wzory i materiał ubrań mają zasadnicze znaczenie w danych kulturach. Wysoką wartość mają te z prostymi liniami i delikatnymi kolorami. Warto podkreślić, iż status ekonomiczny nie jest adekwatnym czynnikiem tłumaczącym popularność „*salaula*”. Wiele kobiet nosi różne zestawienia spódnic i sukienek każdego dnia, a wyjątkowość i oryginalność jest wielce pożądana. Ubrania, styl, moda to częsty i ważny temat rozmów w Zambii. Różne rodzaje i kolory ubrań są zarezerwowane dla kobiet i mężczyzn oraz informują o statusie społecznym. Już z prac Georga Simmla można odczytać, że moda jest modą klas. Tam, gdzie można zaobserwować bogatą strukturę klasową i stratyfikację (jak w plemionach afrykańskich), mody szybko się zmieniają.

Artykuł Rolanda Barthesa *From Gamestones to Jewellery* prezentuje zmianę znaczenia kamieni szlachetnych na przestrzeni wieków, sekularyzację biżuterii. Pojawienie się wyróżnika klasowego, jakim stał się gust, stanowi jeden z ważnych teoretycznych kontekstów socjologii mody, który z pewnością warto poznać. Barthes koncentruje się na tezie, iż biżuteria nie stanowi już wyznacznika statusu społecznego, nie jest przedmiotem manifestującym bogactwo właściciela. Może być zrobiona z plastiku czy papieru – materiału bardzo taniego. Oznacza to wyzwolenie biżuterii, gdyż nie jest już ona odczytywana w kategoriach manifestowania statusu społecznego, lecz stanowi dodatek do codziennego wyglądu.

Jednakże musiała pojawić się kategoria, która będzie miała za zadanie odróżnienie grup o różnych warunkach statusowych. Jest tym w opinii Barthesa gust. I tak można posiadać biżuterię „złego gustu” i paradoksalnie wyznacznikiem jest wszystko to, co kiedyś było oznaką prestiżu (droga i ciężka biżuteria). Natomiast aby biżuteria była w „dobrym guście”, musi pasować do garderoby i stylu w dany dzień. Barthes identyfikuje modę z językowym system znaków. I tak biżuteria jako część mody jest detalem, który nadaje porządek wyglądowi jednostki. W taki sposób biżuteria zmieniła znaczenie, z elementu dominującego nad ubraniem (pod względem ceny) stała się tym, co nadaje znaczenie ubraniom poprzez komunikowanie informacji o guście.

W kolejnych artykułach antologii konsekwentnie poruszone zostają zagadnienia bezpośrednio już związane z praktykami i teoretycznymi kontekstami zmian w sztuce, literaturze, filmie i muzyce, które miały wpływ na inspiracje czerpane przez modę, a tym samym wyznaczające kierunki jej przemian (twórczość Andy Warhola, klasycyzm w sztuce i szkice sylwetek Madeleine Vionnet, a także analiza projektów Martina Margiela w kontekście sztuki Orientu). Czytelnika zapewne zainteresuje esej Pierre'a Bourdieu *The Production of Belief: Contribution to an Economy of Symbolic Goods*, w którym autor analizuje przestrzeń, jaką jest produkcja kulturowa. Bourdieu porównuje krótki cykl produkcji we francuskim przemyśle wydawniczym do produkcji mody *haute couture*.

Z kolei za jeden z najciekawszych punktów przecięcia rozmaitych dyskursów antologii uznać należy ten, w którym Herbert Blumer ujmuje holistycznie koncepcje mody Georga Simmla (1904 r.), Edwarda Sapira (1931 r.) oraz Kurta i Gladys Lang (1961 r.). Autor w eseju *Fashion: From Class Differentiation to Collective Selection* odnosi się krytycznie do powyższych teorii, gdyż miały one ograniczony zasięg i właściwie stanowiły tylko szkic koncepcji. Jednakże głównym deficytem była niemożność obserwacji i docenienia szerokiej gamy

mechanizmów społecznych. Blumer swoje rozważania dotyczące mody rozpoczyna od zaproszenia dla socjologów, aby brali poważnie ten temat i apeluje o prawidłowe zrozumienie charakteru mody. Zrywa z fałszywym założeniem, że moda jest irracjonalnym i szalonym zjawiskiem. Wszak blogerzy modowi to osoby świadome mody, które uważnie śledzą trendy oraz identyfikują style uliczne. W gruncie rzeczy mechanizm adaptacji tego, co jest modne, jest działaniem racjonalnym i wykalkulowanym.

Najwyraźniej poddana krytyce zostaje teoria Geорга Simmla. Stanowi ona adekwatną analizę zjawiska mody w XVII, XVIII, XIX wieku w Europie, gdzie można było zaobserwować konkretną strukturę klasową. Nie jest to już w opinii Blumera odpowiednia analiza społeczeństwa współczesnego. Blumer poddaje w wątpliwość tezę, iż moda potrzebuje konkretnego typu społeczeństwa (klasowego), w którym będzie się rozwijać. Również prestiż nie stanowi najwyższej wartości wyznaczającej kierunki mody. Obecnie innowatorzy to niekoniecznie ludzie z wysokim prestiżem. Wystarczy przywołać sylwetkę blogerów modowych, którzy nie legitymują się wysokim statusem, a pełnią funkcję liderów publicznej opinii modowej.

Nie sposób przecenić tu znaczenia udziału Herberta Blumera w pokazach mody na Fashion Week w Paryżu w latach 60. To obserwacja przemysłu modowego od wewnątrz pozwoliła zrozumieć ten przemysł. Proces wyboru kolekcji odbywa się zawsze w taki sam sposób: są one zgłaszane do pokazów, a następnie dokonywana jest selekcja przez organizatorów. Podczas Tygodni Mody nabywcy dokonują wyboru na podstawie trendów w magazynach i znajomości historii mody. Wyselekcjonowane kolekcje trafiają do sklepów i konsumentów. Wspólny świat tworzony poprzez czytanie tych samych pism o modzie<sup>2</sup> i funkcjonowanie na rynku mody generuje podobne opinie i oceny. W XXI wieku już nie jest to tak oczywiste. Mamy bowiem do czynienia z polifonicznością stylów oraz mnogością magazynów o modzie, również tych alternatywnych.

Powyższe rozważania Blumera przygotowują grunt pod kolejną koncepcję mody: kolektywną selekcję, która we społecznym świecie zastąpiła różnicowanie klasowe Simmla. Oznacza to, że ludzie różnych klas podążają za modą nie dlatego, że stanowi ona odróżnienie statusowe, prestiż elity, ale dlatego, że coś jest „modne”. A moda umiera nie dlatego, że elita zdecydowała o zdyskredytowaniu trendu, ale dlatego, aby zrobić miejsce nowej tendencji. O zmianie decyduje w teorii Blumera kolektywny gust. Proces kolektywnej selekcji polega na wyborze pomiędzy stylami i projektami tych, które odpowiadają zmieniającym się gustom i smakom modowym (innowatorzy, liderzy, blogerzy, konsumenci mody są częścią kolektywnego procesu, a przez to są wrażliwi na zmiany w gustach i stylach).

Pomimo że Blumer propaguje tezę, iż moda powinna stanowić centralną pozycję w kształtowaniu społecznego porządku w nowoczesnym typie społeczeństwa, nie lekceważy zagrożeń związanych z postępującą demokracją mody we współczesnym świecie. Badacz ostrzega przed zjawiskiem tzw. wieży Babel. W czasie, kiedy powstał artykuł (1969r.), odbywały się tylko cztery Tygodnie Mody na świecie (w Nowym Yorku, Mediolanie, Paryżu i Londynie). Obecnie każde większe miasto aspiruje do organizacji własnego Fashion Week.

Czerpiąc przyjemność z szukania przykładów na potwierdzenie (bądź obalenie) koncepcji przedstawionych w antologii, zachęcam do tego, aby do tomu czwartego: *The Twentieth Century to Today* „wchodzić” przez poprzednie tomy, które również warte są uważnego przeczytania. Antologia jest źródłem wiedzy nie tylko dla badaczy z kręgu nauk humanistycznych, lecz również stanowi skarbnicę wzorów dla projektantów, kuratorów wystaw, dealerów sztuki oraz ludzi zaangażowanych w przemysł modowy. Moda bowiem jest tu potraktowana wieloaspektowo – historycznie, geograficznie, ekonomicznie, socjologicznie. To lektura obowiązkowa dla teoretyków mody i każdego zainteresowanego mechanizmami maszyny modowej. Rozbudza apetyt na kolejne teksty z dziedziny socjologii mody, a co więcej udowadnia, że studiowanie teorii mody jest zajęciem równie ważnym dla zrozumienia mechanizmów społecznych, jak analiza konfliktów grupowych, zjawiska władzy w społeczeństwie czy procesów zmiany społecznej.

Redaktor *Fashion: Critical and Primary Sources* przefiltrowuje dyskurs teorii mody, dlatego też w książce czytelnik znajdzie teksty zarówno doświadczonych klasyków, jak i początkujących badaczy. Daje to możliwość skonfrontowania wielkich teorii mody z koncepcjami lokalnymi (np. wstęp do monografii: *The Functions of Folk Costume in Moravian Slovakia* Petra Bogatyreva). Jednak w wyniku subiektywnego doboru artykułów

<sup>2</sup> Najważniejsze tytuły magazynów modowych wywierające wpływ na nabywców i odbiorców kolekcji w latach 60.: „Woman” (założony w 1890r.), „Vogue” (założony w 1892r.), „Vanity Fair” (założony w 1913r.), „Glamour” (założone w 1939r.) oraz „Elle” (założone w 1945r.).

przez Petra McNeila w zbiorze publikacji zabrakło kilku kluczowych teorii mody XX wieku (między innymi francuskiego socjologa Gillesa Lipvetskiego oraz niemieckiego socjologa René Königa).

Spotkanie z wielowątkowym dyskursem w tej antologii staje się niestety niepełne, gdy czytelnik próbuje zanalizować je pod kątem aktualności kierunków rozwoju teorii mody. Zbiór publikacji wydany w roku 2009 powinien zawierać choćby krótkie omówienie tendencji XXI wieku, między innymi: Slow/Fast Fashion, Eco Fashion, Low Couture, związków mody z religią czy choćby teorii duńskiego socjologa Henrika Vejlgaarda dotycząca anatomii mody i możliwości przewidywania trendów. Należy mieć więc nadzieję, że *Fashion: Critical and Primary Sources* już wkrótce wsparte zostaną kolejną publikacją, kontynuującą i rozwijającą poruszaną w poszczególnych artykułach tematykę.

Recenzję pozostaje tylko zakończyć dołączeniem się do zaproszenia Herberta Blumera skierowanego do socjologów, aby traktować modę poważnie i podejmować się jej wieloaspektowych badań. Gdyż twierdzenie, iż moda nie ma swojej obiektywnej prawdy – bo trudno jest przewidzieć, co będzie modne w następnym sezonie – wcale nie oznacza, że moda musi być oceniana źle. Nie należy na nią również spoglądać z wyższością, widząc w niej jedynie formę wyrafinowanego zniewolenia, w którym co sezon zmuszani jesteśmy do kupowania rzeczy zbędnych. Niewątpliwie moda przemawia do wyobraźni, budzi ciekawość, czasem nostalgię, a często zdziwienie. Jest związana nie tylko z wyglądem ludzi, z ich statusem społecznym, ale również wpływa na ich sposób poruszania się, wyrażania swojej tożsamości. Od wieków szukano w modzie zaspokojenia rozmaitych potrzeb zarówno ciała, jak i ducha, czyniąc z niej zwierciadło historii, zmieniających się obyczajów i niezmiennej chęci podobania się, co w lapidarny sposób ujął Oskar Wilde, mówiąc, że „historia sukienki mogłaby być historią ludzkiego umysłu”.

#### LITERATURA

Jones Sue Jenkyn. 2007. *Moda. Projektowanie*. Warszawa: Wydawnictwo Arkady.

Szlendak, Tomasz, Pietrowicz, Krzysztof (red.). 2007. *Rozkoszna zaraza. O rządach mody i kulturze konsumpcji*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.