

<sup>8</sup> W wydawanej w Hamburgu serii monografii filozoficznych zapowiadana jest książka Paetzolda poświęcona Cassirerowi. Zob. też artykuł *Mit i nowoczesność w 'Filozofii form symbolicznych' Ernsta Cassirera* w książce pod red. K. *Zamiary Humanistyka jako autorefleksja kultury* (w druku).

*Grzegorz Dziamski*

## **Moda jako ironia nowoczesności**

Postmodernizm zmienia stosunek do popularnej kultury. Zjawiska traktowane dotąd jako płaskie, trywialne, przynależne do sfery kiczu i masowej, komercyjnej rozrywki, stają się przedmiotem teoretycznych rozpraw i analiz. Miejsce dawnych uprzedzeń i doktrynalnej krytyki zajmuje życzliwe zainteresowanie, poszerzające i pogłębiające naszą wiedzę o różnorodnych przejawach kultury popularnej, a przy okazji rozbijające narosłe wokół tej kultury mity. W świetle tego nowego podejścia okazuje się raptem, że tzw. wysoka i niska kultura nigdy nie były od siebie tak radykalnie odseparowane, jak chcieli to widzieć niektórzy ideolodzy modernizmu - Adorno, Horkheimer czy Greenberg. Przeciwnie, pomiędzy tymi dwoma biegunami kultury istniały ciągle związki, a występujące między nimi napięcia i wzajemne inspiracje stanowiły istotne źródło innowacji w sztuce początku XX wieku, kubizmie, futuryzmie, surrealizmie. Późniejsza, powojenna awangarda związki te jeszcze zacieśniła, odnajdując w kulturze popularnej anonimowy i spontaniczny wyraz wielkomięskiej ikonosfery. Działalność brytyjskiej *Independent Group*, amerykański *pop art*, twórczość Lichtensteina, Warhola, francuski nowy realizm, wyznaczają punkt zwrotny w stosunkach pomiędzy wysokim elitarnym obiegiem kultury a światem popularnej wyobraźni, reklam, komiksów, hollywoodzkich filmów, seriali telewizyjnych, koncertów rockowych. Równocześnie, opublikowane pod koniec lat 50-tych *Mythologies* (1957) Rolanda Barthesa dostarczyły metodologii pozwalającej odkryć wieloznaczność i wielowymiarowość kultury popularnej. Analizy Barthesa inspirowały młodszych badaczy wychowanych już, i w jakimś sensie, ukształtowanych przez kulturę popularną, a więc mających do niej inny, rzecz można, bardziej osobisty stosunek jako do integralnej części własnego świata. Spory wpływ na poglądy następców Barthesa miały dyskusje sprowokowane przez kontrkulturę i kontestację lat 60-tych, nakazujące inaczej spojrzeć na możliwość politycznego wykorzystania niektórych form kultury popularnej.

Ten nowy - używając modnego dziś przedrostka "post" - elitarny ogląd kultury popularnej prezentuje książka Elizabeth Wilson *Adorned in Dreams. Fashion and Modernity*. Autorka jest lewicową feministką, socjologiem i literaturoznawcą. Wcześniej opublikowała kilka książek poświęconych pozycji kobiety we współczesnym świecie: *Women in the Welfare State* (1977), *Halfway to Paradise* (1980). Omawiana praca jest po części kontynuacją tych zainteresowań, ponieważ kobiety uważane są często za główne "ofiary mody", jest też polemiką z poglądami radykalnych feministek, odmawiających kulturze popularnej jakiegokolwiek wartości.

Moda należy do najbardziej ulotnych i zmiennych zjawisk kultury, pisał dwadzieścia lat temu John Weightman. Ma ona mniejsze lub większe znaczenie dla kultury. Zmiany w strojach, fryzurach, piosenkach czy tańcach należą do pierwszego rodzaju, zmiany w literaturze, filozofii, poglądach politycznych czy obyczajowych -do drugiego. Kiedy chcemy coś zlekceważyć, zignorować, uznać za nieistotne, mówimy - "To tylko moda", rozumiejąc przez to, że zmiany jakich jesteśmy świadkami dokonują się bez żadnych istotnych powodów. A może wcale tak nie jest, tylko nie potrafimy wskazać przyczyn tych zmian? Prawdopodobnie wszystkie zbiorowe zachowania ludzkie są w pewnym sensie modą, a od tego, czy potrafimy określić przyczyny zmian czy też nie, zależy, czy zaliczymy je do mody czy do czegoś poważniejszego? (*The Concept of the Avant-Garde. Exploration in Modernism*, London, 1973). We współczesnym świecie, w którym wielu zmian nie potrafimy wyjaśnić ani zrationalizować, coraz więcej zjawisk wydaje się kwestią mody.

Wilson zajmuje się w swojej książce modą, której przypisywano zwykle niewielkie znaczenie. Wszystkie podejmowane do tej pory próby wyjaśnienia mody okazały się niepełne i nieprzekonywające. Próbowano interpretować modę w kategoriach ekonomicznych, jako wytwór rynku rozbudzającego coraz to nowe potrzeby i pragnienia konsumentów po to, by zwiększyć popyt na nikomu niepotrzebne produkty i usługi, i poprzez rozwijanie fałszywych potrzeb, mocniej związać konsumentów z kapitalistycznym systemem. Taka interpretacja dominowała w tradycji marksistowskiej, trzymał się jej Adorno i pierwsza generacja frankfurczyków. Próbowano tłumaczyć modę w kategoriach socjologicznych, jako ostentacyjną konsumpcję podporządkowaną celom prestiżowym, statusową rywalizację różnych grup społecznych (Th. Vehlen). Pojawiły się objaśnienia antropologiczne, ujmujące modę jako właściwą wszystkim ludziom potrzebę zdobienia, przystrajania, upiększania ciała, powiązaną z reprodukcją gatunku oraz magią i rytuałem. Psychoanaliza widziała w modzie walkę ze starością i śmiercią, podświadome pragnienie powstrzymania upływu czasu poprzez podstawienie w miejsce ciała rzeczywistego, biologicznego, ciała idealnego, stworzonego przez człowieka, transcendującego naturalne ograniczenia.

Żadna z tych interpretacji nie była w stanie wyjaśnić fenomenu mody, każda przedstawiała cząstkowe odpowiedzi, przynosiła cząstkowe prawdy na temat mody. Dotyczy to również interpretacji semiologicznej, analizującej modę jako pozawerbalną komunikację, bezgłosny język, tak samo arbitralny i konwencjonalny, jak każdy inny system znakowy (R. Barthes, *Systeme de la mode*, 1967). Przyczynę tych niepowodzeń upatruje E. Wilson w racjonalistycznym przesądzie, wysiłku zrationalizowania zjawisk umykających racjonalnym pojęciom i kryteriom oraz funkcjonalizowaniu tego, co nie daje się ująć w kategoriach funkcjonalnych. Stąd pojawiające się we wszystkich dotychczasowych teoriach mody paliatywy w rodzaju "fałszywych potrzeb" (jakby autorzy znali prawdziwe potrzeby!), "nadmiernej konsumpcji" (jakby wiedzieli jaka jest właściwa konsumpcja!), "pozostałości magiczno-rytualnego myślenia" (jakby potrafili oddzielić myślenie racjonalne od nieracjonalnego), "nieświadomych procesów" czy po prostu "kaprysów i niedorzeczności mody". Niepowodzenia tych koncepcji rodzą jednak pytanie natury ogólniejszej: czy teoretyczne wyjaśnienie mody jest w ogóle możliwe? Czy nauka, jeśli chce pozostać nauką, może udzielać innych odpowiedzi niż cząstkowe? Aby powiedzieć całą prawdę o jakimś zjawisku należałoby uchwycić jego istotę. A co powiedzieć w przypadku takiego zjawiska jak moda,

które wydaje się być czystym przejawem, zewnętrżnością, powierzchownością, samą zmiennością? Czy wiara w istotę nie jest mitem, a przynajmniej wykroczeniem poza ścisłe rygory nauki? Czy sprowadzając świat zjawiskowy do zidentyfikowanej przez naukę istoty nie pozbawiamy go, w wielu przypadkach, czegoś cennego i wartościowego, co wykracza poza racjonalny wymiar świata? Te pytania narzuca postmodernistyczna perspektywa badawcza.

Elizabeth Wilson nie próbuje wyjaśniać mody, proponuje jedynie nowy punkt widzenia, wyzwolony z racjonalistycznych przesądów i dlatego dostrzegający te aspekty mody, które zostały pominięte i zlekceważone we wcześniejszych interpretacjach. Moda jest zjawiskiem kulturowym, estetycznym środkiem służącym wyrażaniu poglądów, przekonań, pragnień występujących w społeczeństwie. Jest popularną, codzienną, dostępną każdemu formą sztuki, kreowaniem obrazów za pomocą wizualnych elementów i środków naszego własnego wyglądu. Moda pozwala przenosić ludzkie postawy i emocje w sferę estetyczną poprzez wizualizację indywidualnych pragnień i społecznych aspiracji jednostki. I dalej, nawiązując do Frederica Jamesona (*Political Unconsciousness*, 1981), Wilson pisze, że moda pozwala na imaginacyjne ujawnianie tych sprzeczności i konfliktów, które pozostają nierozwiązane w życiu społecznym. Wilson proponuje estetyczny punkt widzenia w miejsce racjonalnego. Chce odkrywać sens w tym, co racjonalnemu myśleniu wydaje się nonsensem. Interesuje ją również, jak na zaangażowaną feministkę przystało, "polityczność mody" oraz tego co estetyczne, jakby powiedział Jean-Francois Lyotard. W *Driftworks* (1984) Lyotard polemizuje z rozpowszechnionym wśród francuskich marksistów poglądem, że tzw. czysta sztuka jest sztuką pustą, pozbawioną politycznego potencjału, dowodząc, że ma ona zdolność dekonstruowania istniejącego systemu politycznego i ujawniania zakrytych przez ten system wymiarów rzeczywistości.

Wilson przeciwstawia się bezrefleksyjnemu pogładowi, jakoby kobiety były głównymi ofiarami mody, bezwolnie poddającymi się wpływom mass mediów i zalecanym przez nie wzorcom postępowania. Teza o pasywności odbiorców kultury masowej została już wiele lat temu zanegowana i odrzucona przez badaczy zajmujących się młodzieżowymi, obyczajowymi czy światopoglądowymi subkulturami: hippisami, punkami, skinheadami. Jedyną grupą, w odniesieniu do której teza ta jest ciągle jeszcze utrzymywana, są kobiety. Tymczasem, bardziej szczegółowe badania prowadzone przez feministki wykazały, że bierna postawa kobiet wobec tego, co oferuje im masowa kultura jest fikcją." W latach 70-tych feministki zaczęły badać popularne powieści, magazyny dla dziewcząt, telewizyjne programy kobiece - wcześniej odrzucane jako wytwory kultury zacadzanej anty-liberalną ideologią, szkalującą i poniżającą kobiety. Feministki stwierdziły, że ta kobieca subkultura nie powinna być po prostu ignorowana. Kobiety były bowiem dalekie od pozostawania biernymi ofiarami agresywnych ideologii propagowanych przez masową kulturę. Dwuznaczna natura samych powieści i magazynów kobiecych oraz sposób w jaki kobieca publiczność je odbierała i wykorzystywała, powodowały, że funkcjonowały one nie tyle jako środek ucieczki od rzeczywistości, co próba maksymalizowania przyjemności", (s. 65-66).

Kobiety wykorzystywały dwuznaczność produktów kultury popularnej dla maksymalizowania przyjemności; dotyczy to również mody. Nie wszystkie feministki podzielają ten punkt widzenia, są one nadal podzielone - jak stwierdza Wilson w zamykającym książkę rozdziale *Feminizm i moda*. Część feministek podtrzymuje daw-

ny pogląd o represyjnym charakterze mody, widząc w niej przewrotny instrument zniewalania i podporządkowywania kobiet patriarchalnej ideologii, podczas gdy inna grupa, reprezentująca tzw. populistyczny liberalizm (*populist liberalism*), uważa, że nie można potępiać mody i innych zjawisk kultury popularnej, skoro tak wiele kobiet znajduje w nich zadowolenie. Pogodzenie tych dwóch stanowisk jest niemożliwe, powiada Wilson, ponieważ jest to kwestia wyboru pomiędzy moralizmem a hedonizmem; albo w każdym wytworze popularnej kultury będziemy widzieć wyraz męskiej ideologii, albo coś, co może nam dostarczać radości i przyjemności. Negatywny stosunek do kultury popularnej został nam tak skutecznie wmówiony, że mamy poczucie winy ilekroć coś nam się w tej kulturze podoba. "Dbanie o stroje i własny wygląd jest represyjne, przekonują nas, a nasze upodobanie do strojów jest formą fałszywej świadomości -a ponieważ lubimy ładne stroje, więc popadamy w konfuzje. Najlepsze co możemy wówczas zrobić, według tego scenariusza, to spróbować znaleźć jakiś rozsądnie atrakcyjny strój, który pozwoli nam uniknąć najgorszych pułapek, ekstrawagancji, samoprzedmiotowienia i snobizmu..." (s. 232).

Wilson włącza się w tę feministyczną dyskusję, opowiadając się po stronie populistycznego liberalizmu, który staje się powoli amerykańską wersją postmodernizmu: "ubiór nie jest nigdy ani całkowicie funkcjonalny, ani naturalny. Przeciwwstawiam się tym wszystkim, którzy widzą w modzie formę kapitalistycznego konsumeryzmu, ponieważ nie potrafią zrozumieć, że kobiety i mężczyźni mogą posługiwać się różnymi elementami kapitalistycznej kultury dla jej krytykowania i przekraczania. (...) Jak byśmy nie byli społecznie zdeterminowani, ciągle będziemy poszukiwać pęknięć i szczelin w kulturze przynoszących nam momenty wolności", (s. 244).

Krytyka Wilson trafia nie tylko w radykalne feministki, ale również we wszelkiej maści przeciwników konsumeryzmu, od Savonaroli po Adorno i jego spadkobierców, w tych wszystkich autorów, dla których konsumpcja jest jakimś na wpół przymusowym, niekontrolowanym przez jednostkę zachowaniem. Konsument poddawany jest imperatywom rynku i własnym, nieświadomym popędom, jego wybory i upodobania, np. do modnych strojów, nie mogą więc być, *ex definitione*, autentyczne - konsumpcja jest zawsze wyrazem nieautentyczności. Oczywiście, żaden z przeciwników konsumpcji nigdy nie krytykował konsumpcji jako takiej, lecz przewagę postawy "mieć" nad "być", konsumpcyjny styl życia, konsumpcyjną kulturę i konsumpcyjne podejście do świata, a więc jakieś opętanie czy obsesję konsumpcyjną, którą przypisywał swoim współczesnym. Liberalny populizm próbuje usunąć to piętno irracjonalizmu jakim naznaczyli konsumpcję elitarni krytycy kultury masowej, próbuje z konsumpcji uczynić zjawisko poddające się analizie w kategoriach racjonalnych, a nie wyłącznie psychiatrycznych.

Książka Elizabeth Wilson przynosi bogaty materiał faktograficzny, pomysłowo i żywo interpretowany. W kolejnych rozdziałach autorka opisuje industrializację mody, związki mody z miejskim stylem życia, wpływ kultury popularnej na modę, omawia relację pomiędzy modą a erotyzmem, modą i płcią, modą kontestacyjną i utopijną. Daje to w sumie niezwykle wielostronny obraz mody, i to jest prawdopodobnie największą wartością książki, która, przy całym swoim bogactwie, zawiera kilka wątków przyciągających szczególną uwagę autorki. Do takich wątków należy proces demokratyzacji mody.

Proces demokratyzacji mody wiąże się, z jednej strony, z rozwojem przemysłu i rodzinami masowo produkowanej gotowej odzieży, w latach 1890-1910, z drugiej zaś strony, z rewolucją w modzie zapoczątkowaną przez Gabrielle Chanel. "Chanel wykreowała tzw. skromny styl, swetry, jersey'owe kostiumy, krótkie suknie, które podważyły ideę mody jako wystawnego przepychu, mimo że jej trencze i proste, czarne suknie mogły być uszyte z najlepszego kaszmiru a dopełniająca je biżuteria - przypominająca bezwartościowe szkiełka - wykonana ze szmaragdów i diamentów." (s. 40-41). "Styl Chanel" został szybko, bo już w latach 30-tych, zaadoptowany na potrzeby masowej produkcji, przede wszystkim w Stanach, jako styl bezklasowy i funkcjonalny, pozwalający kobietom swobodnie się poruszać, wykonywać różne prace i zachować elegancki wygląd. Okres powojenny potwierdził słuszość lansowanych przez Chanel poglądów - ideałem stała się demokratyczna moda zacierająca i znosząca socjalne różnice. Na ten aspekt mody lat 60-ych kładła nacisk Mary Quant, opisując młodzieżową klientelę swojego boutique: "Te dziewczęta ... są otwarte ... patrzące, słuchające, gotowe do próbowania czegoś nowego. (...) Mogą to być córki księżąt, lekarzy, dokerów. Tym dziewczętom nie chodzi o strój jako symbol pozycji społecznej... One reprezentują całkowicie nowego ducha dzisiejszej Brytanii - bezklasowego ducha zrodzonego po II wojnie." (s. 175). Podobnie mówił Andy Warhol: "myśl, że każdy ma prawo do bycia gdzie chce i robienia czego chce, bez względu na to jak jest ubrany, to jedna z najważniejszych zdobyczy lat 60-tych." (POPism, 1980).

Moda stała się demokratyczna nie tylko dlatego, że wyzwoliła się z klasowych dysfunkcji, ale i dlatego, że objęła swym zasięgiem praktycznie całe społeczeństwo. "W latach 20-tych i 30-tych w wielu regionach Europy i Stanów Zjednoczonych, nie wspominając już innych obszarów, tylko ludzie zamożni nosili modne stroje. Na ulicach większych miast można było zobaczyć trzy kategorie ludzi; osoby modnie ubrane, starych i młodych ubranych odpowiednio do swojego wieku - starsi ubrani byli często w stroje modne w okresie ich młodości, wreszcie biedaków, ubranych w niemodną, podniszczoną odzież." (s. 89-90). Dzisiaj nawet policjanci i zakonnice noszą stroje projektowane zgodnie z wymogami mody. Demokratyzacja mody sprzyjała również, o czym się często zapomina, emancypacji kobiet i innych grup społecznie upośledzonych. "Młoda kobieta początku stulecia, kupując tanią bluzkę Gibsona, kupowała coś więcej niż tylko bluzkę, kupowała symbol emancypacji, wdzięku i sukcesu." (s. 153).

Z demokratyzacją mody wiąże się zasadnicza zmiana funkcji mody, moda przestaje być oznaką zamożności, staje się środkiem samoidentyfikacji jednostki, a właściwie jej autokreacji. Wzorce podsuwa kultura popularna, kino, telewizja, ilustrowane magazyny, reklama, sport, gwiazdy estrady, ale ilość i różnorodność wzorów jest tak duża, że jednostka uzyskuje coraz większą swobodę w doborze i łączeniu różnych, nierzadko sprzecznych elementów stroju, a więc w indywidualnym kreowaniu własnego obrazu. Tej indywidualistycznej autokreacji sprzyja miejski styl życia, z charakterystycznym oddzieleniem sfery publicznej od prywatnej, anonimowością, powierzchownymi, przypadkowymi i wyrwykowymi kontaktami międzyludzkimi. Publiczna przestrzeń ulicy, sklepu, kawiarni pozwala przybierać rozmaite maski, pozy, odgrywać wybrane role, prezentować się tak, jak chcemy by nas widziano. Miasto jest wielkim spektaklem rozpisany na tysiące ról. Wilson opisuje widowiskowy charakter wielkomiejskiego życia, kiedy analizuje rozwój wielkich sklepów, w których mie-

szczańskie klientki mogły odgrywać role artystokratek, a sprzedawczynie role służby. Moda, powiada Wilson, "jest w jakimś stopniu grą (choć nie jest tylko grą), możemy więc uczestniczyć w tej grze dla przyjemności." (s. 244).

Moda jest grą jednostki o własną tożsamość w rozbitym, nieustannie zmieniającym się świecie; jest obroną przed depersonalizacją. Moda nie określa już przynależności jednostki do wybranej grupy, lecz wyraża "skrajny indywidualizm, który z kolei sam jest oznaką skrajnego wyobcowania; nie jest przyznawaniem się do pewnej formy członkostwa, lecz upieraniem się przy własnej odrębności." (s. 154). Ale moda jest również formą sztuki, fantazją jednostki na swój własny temat. "Utopie, prawicowe i lewicowe, które same były fantazjami, przewidywały zanik fantazji w przyszłym, wspólnym świecie. Ludzki świat nie może jednak istnieć bez fantazji, wyrażającej nieświadome niespełnienia. Cała sztuka czerpie z nieświadomych fantazji, moda jest również taką drogą prowadzącą od wewnętrznego do zewnętrznego świata, stąd jakaś przymusowość mody, nasza ambiwalencja wobec niej i ogromna psychologiczna (i materialna) praca włożona w tworzenie naszej społecznej jaźni, której nieodłączną częścią jest ubiór." (s. 246).

Moda jest obroną fantazji przed zakusami czystego i praktycznego rozumu, którego eksponenci chcieliby sprowadzić świat do wartości użytkowych i moralnych, którzy własne fantazje i własne opowieści chcieliby narzucić innym, pozbawiając ich prawa do samodzielnego tworzenia swoich własnych, drobnych narracji. Moda jest też obroną heterogenicznej powierzchni życia codziennego przed tymi, którzy skłonni są traktować to, co powierzchniowe jako złudny, fałszywy wyraz ukrytej struktury ucisku i zniewolenia. To, co powierzchniowe stało się dziś nazbyt realne, by można było pomiąć tworzące tę realność znaki i przedstawienia. Przywilej intelektualistów do wyjaśniania wszystkiego przez odnośnienie do jakiejś głębokiej struktury, ukrytej logiki czy istoty, został podważony. Nastąpiło przebudzenie z racjonalistycznego snu totalnej inteligibilności świata. Pozostał po nim już tylko melancholijny język rozpacz, kryzysu, katastrofy. Ale znaczenia nie umierają wraz z depresją intelektualistów, nie znikają w teoretycznej czarnej dziurze, świat produkuje ciągle nowe znaki, rozsiewa rozrastające się na wszystkie strony sensory. "Żyjemy dzisiaj w potrójnie niejasnym, dwuznacznym świecie; dwuznaczny jest sam kapitalizm z jego wielkim bogactwem i wielką nędzą, zdolnością do tworzenia i wyjaławiania; dwuznaczna jest nasza tożsamość, stosunek jaźni do ciała i jaźni do świata; dwuznaczna jest wreszcie sama sztuka, jej cel i znaczenie. Moda jest jednym z najbardziej dostępnych i łatwych środków wyrażania tych dwuznaczności. Moda jest nowoczesną ironią." (s. 14-15).

Elizabeth Wilson, *Adorned in Dreams. Fashion and Modernity*, Virago Press, London, 1985, ss. 290.