

Pamela SZCZERBIK-CHUDY

Analiza zjawiska mody w perspektywie teorii socjologicznych Georga Simmela i Thorsteina Veblena

[...] moda jest może nawet potężniejsza niż wszystkie inne
potęgi tego świata¹.

René König

Wprowadzenie

Dyskurs na temat mody to niezwykle intrygujący obszar współczesnych badań – obszar kulturowy, który współtworzy postawy i zachowania odbiorców, a także obraz współczesnej kultury masowej, popularnej, zglobalizowanej. Moda jakby się mogło wydawać, nie dotyczy wyłącznie warstwy zewnętrznej człowieka, jego ubioru, makijażu, ozdób. Jest zjawiskiem społecznym, które obejmuje wszystkie dziedziny życia ludzkiego.

W niniejszym artykule autorka postara się odpowiedzieć na pytanie, w jakim stopniu moda wpływa na społeczeństwo i jakie psychologiczne i społeczne procesy zachodzą w jej strukturze. Bazując w przeważającej części na socjologicznej myśli Georga Simmela i Thorsteina Veblena autorka zwróci się ku rozważaniom nad modą i odkrywając de novo jej ponadczasowe znaczenie, potraktuje jako szczególną formę kulturowego zjawiska, pod wpływem którego

¹ R. König, *Potęga i urok mody*, przeł. J. Szymańska, Warszawa 1979, s. 46.

zmieniają się nie tylko ludzie, ale także formy społeczne i wszystko to, co otacza człowieka: poglądy estetyczne, zachowania, ideologie.

Moda w zarysie naukowym. Operacjonalizacja podstawowych pojęć

Przy analizowaniu zagadnień związanych z tematyką mody, dochodzi poniekąd do interdyscyplinarnego rozważania na temat mody. Jest doskonałym przykładem współpracy wielu nauk, bowiem jej oddziaływanie można rozpatrywać pod kątem socjologii, psychologii, psychologii społecznej, psychoanalizy, ekonomii, aż na naukach antropologicznych kończąc. Ta różnorodność sprawia, że nie istnieje jedna, żelazna reguła określająca to zjawisko,

a definicji o modzie jest tyle, ile stanowisk badaczy. Jednak bez względu na to, jakie stanowisko wobec niej przyjmujemy, czy będziemy jej krytykami, czy też zwolennikami, obok mody nikt nie przechodzi obojętnie. Wręcz przeciwnie, jest z nią w ścisłej interakcji. Biorąc pod uwagę wszystkie te aspekty naszego życia, które są związane z modą, nasuwa się myśl, iż moda stała się tak powszechna, wpływowa i potężna, że nie można jej uznać za banalną. Po to, by zrozumieć jakimi prawidłami rządzi, warto byłoby wyjść od przytoczenia jej podstawowych ram definicyjnych.

Słownik języka polskiego podaje dwie definicje. Pierwsza z nich określa modę jako „sposób ubierania się, czesania, makijażu, popularny w jakimś okresie lub miejscu”². Drugie znaczenie ujmuje ją jako „krótkotrwałą popularność czegoś nowego w jakiejś dziedzinie”³. Warto zaznaczyć, że oba znaczenia są bardzo ogólnikowe, bowiem określają raczej jej cechy charakterystyczne, takie jak zmienność lub przemijalność. Z definicji wynika, że w ogólnym przeświadczeniu moda to zjawisko, które my — społeczeństwo odbieramy raczej poprzez wizualną percepcję. Oczywiście nie jest w tym nic złego, jednak takie spojrzenie na fenomen mody znacznie zawęża obszar, jaki obejmuje.

Ciekawą teorię wysunęli także Elżbieta i Andrzej Banach, autorzy *Słownika mody*⁴. Uznali oni, iż nie jest możliwe całkowite zdefiniowanie mody, ponieważ my wszyscy, jako ogół, społeczeństwo, bierzemy udział w procesie jej tworzenia. Jak czytamy:

moda ogranicza się raczej do form naszego zachowania i jest stale zmieniającym się dążeniem do upodobania w objawach życia zbiorowego. Zakresem swoim obejmo-

² *Słownik języka polskiego*, red. S. Dubisz, t. 2, Warszawa 2006, s. 219, hasło: moda.

³ Tamże, s. 219.

⁴ E. Banach, A. Banach, *Słownik mody*, Warszawa 1962, s. 72.

wać chce czasem nie tylko wygląd, ale i poglądy [...]. I dlatego, że interesuje się kształtem a nie treścią, przejawia się najlepiej w ubraniu, w stroju, opakowaniu ciała człowieka, a może i jego istoty [...]. Moda powszechna nie żąda, jak wiadomo, absolutnego posłuszeństwa, lecz przeciwnie – raczej twórczości w granicach jej wskazówek⁵.

Pod względem socjologicznym za właściwą, najpełniejszą i naukowo pożyteczną uchodzi definicja wysnuta przez niemieckiego filozofa Georga Simmela, któremu w niniejszej pracy autorka poświęci najwięcej uwagi. Badacz był jednym z pierwszych, którzy podjęli próbę zinterpretowania zjawiska mody – w węższym rozumieniu, jako trendy w ubiorze oraz szerszym, jako swoiste tendencje w kulturze. Na szczególną uwagę zasługuje publikacja pt. *Filozofia mody*, w której socjolog określa modę jako pewnego rodzaju właściwość, pojawiającą się w społecznych kontekstach. Jak słusznie zauważa:

moda wykracza poza granice swej pierwotnej domeny [...]. Wywiera coraz większy wpływ na smak, przekonania teoretyczne, a nawet moralne postawy życia. Mówiąc zatem o modnych książkach, modnych kierunkach filozoficznych, modnych lekarstwach, potrawach i nieskończenie wielu innych modnych rzeczach, podświadomie rozumiemy, że – choć nie mają one nic wspólnego ze strojem – to należą do tego samego imperium efemeryczności⁶.

Oznacza to więc, że modne może być właściwie wszystko. Jest to dowód na to, że moda poprzez swój socjologiczny, psychologiczny, a nawet wizualny charakter, uwypukla współczesność, synchronizuje społeczeństwo ze stworzoną przezeń cywilizacją – a za nimi – dostrzec możemy obraz człowieka, którego wartości materializuje ubranie.

Psychologiczne aspekty mody

Pomiędzy naśladownictwem a indywidualizmem

Zdaniem Georga Simmela, człowiek oscyluje pomiędzy dwoma biegunami, antagonistycznymi siłami naśladownictwa i indywidualizmu, które mają znaczący wpływ na jego życie zewnętrzne i wewnętrzne, a także duchowe i intelektualne. Sił tych dopatrywać się można w psychologicznych, sprzecznych wobec siebie tendencjach, bowiem charakteryzuje je z jednej strony chęć do bycia jednostką indywidualną, zaś z drugiej, dążenie do społecznego kompromisu i akceptacji. Dwoistość ludzkiej natury, tak mocno podkreślana

⁵ Tamże, s. 72.

⁶ G. Simmel, *Filozofia mody*, [w:] S. Magala, *Simmel*, Warszawa 1980, s. 197.

przez niemieckiego badacza, z jednej strony chyli się ku jednolitości, stagnacji, a z drugiej skupia się na permanentnej zmienności, różnicowaniu. Autor nazywa to psychicznymi skłonnościami do naśladowania i odrębności. W ujęciu socjologa, mechanizm ten jest fundamentem całego inwentarza naszego rozwoju i postępu kulturowego. Według niego: urok naśladownictwa leży przede wszystkim w fakcie, że umożliwia ono dogodną próbę sił, która jednak nie wymaga znaczniejszych, osobistych i twórczych zastosowań, lecz rozgrywana jest gładko i lekko, ponieważ treścią jej jest ustalona ilość⁷. Naśladownictwo jest więc odpowiedzialne za tę stronę naszej natury, która odpowiada za jednakość, uniformizację, wtopienie się w tłum, jednocześnie kładąc nacisk na stałość w odmianie i przeciwnie, na zmienność, niezależność i ucieczkę przed tym, co ogólne. W przypadku mody naśladownictwo pełni więc następującą funkcję:

moda to naśladownictwo danego przykładu, zaspokajające pragnienia adaptacji społecznej: wiedzie jednostkę drogą, którą podróżują wszyscy, dostarcza ogólnych przesłanek sprawiających, że zachowanie każdej jednostki staje się kolejnym przykładem [...]. Zarazem nie w mniejszym stopniu zaspokajają pragnienie różnicowania, tendencję ku odmienności, pragnienie zmiany i przeciwieństwa – z jednej strony poprzez stałą zmianę treści, nadającą dzisiejszej modzie piętno indywidualne w przeciwieństwie do mody dnia wczorajszego i jutrzejszego [...]⁸.

Moda integruje społeczeństwo, kształtuje sposób życia człowieka i jego styl oraz funkcjonowania w grupie. Naśladownictwo jest jedną z tych skłonności, dzięki któremu czujemy komfort i zadowolenie, wynikające z faktu, iż nie jest się osamotnionym w swoich zachowaniach i wyborach. Jak wyjaśnia Georg Simmel:

naśladownictwo [...] daje jednostce pewność, że nie jest samotna w swoim działaniu, lecz jak na mocnej opoce, opiera się na dotychczasowych sposobach wykonywania danej czynności, co zwalnia jej obecne działania od odpowiedzialności [...]. Naśladując, przrzucamy z siebie na innych nie tylko konieczność efektywnego działania, lecz zarazem odpowiedzialność za jego skutki: w ten sposób jednostka zostaje zwolniona od męki wyboru i staje się wręcz istotą zbiorową, naczyniem społecznych treści [...]. Określa to też warunki występowania mody, zjawiska uniwersalnego w dziejach naszego gatunku. Jest naśladownictwem danego wzoru i tym samym zaspokaja potrzebę społecznej akceptacji, sprowadza jednostkę na

⁷ G. Simmel, dz. cyt., s.181.

⁸ Tamże, s. 182.

drogę, którą kroczą wszyscy, tworzy powszechność, która sprawia, że zachowanie każdej jednostki staje się po prostu jednym z przykładów⁹.

W ujęciu Simmela, społeczeństwo przyswaja konkretny sposób ubierania się, zachowania, gdyż dzięki temu może wyrażać siebie. Bycie modnym jest modne, a w tym względzie prym wiedzie grupa społeczna. Typowym przykładem jest oczywiście ubieranie się zgodne z aktualnymi trendami, które odnoszą się do ubioru, fryzury czy makijażu.

Z powyższym łączy się teza przedstawiona przez Simmela, który sądzi, iż moda pragnie okazać swoją potęgę zmuszając nas do noszenia tego, co akurat jest modne, a czasami niekoniecznie ładne. Z punktu widzenia socjologa, wydaje się to mieć istotne znaczenie, bo jak uważa „powodem, dla którego nawet estetycznie niemożliwy styl wydaje się *destingue*, *elegancki* i artystycznie znośny nawet w wydaniu osób posuwających się do skrajności, jest fakt, że są osoby te na ogół najbardziej *eleganckie* i zwracają największą uwagę na swój wygląd zewnętrzny”¹⁰.

Drugą stroną naszej natury, która aspiruje do poczucia stanowienia indywidualum, ucieczki przed rutyną i monotonią, odmianę w stałości, Simmel określa mianem odrębności. Skłonność do tej tendencji, socjolog upatruje w stwierdzeniu, że „moda dzisiejsza różni się od wczorajszej i jutrzejszej”¹¹. Modę charakteryzuje zmienność, a to właśnie jest jej zaletą, bowiem natura ludzka nie toleruje stałości. Stanowi ona niejako manifest odrębności w tym, co powszechne, klasyczne. Na podstawie dwóch skłonności psychicznych dzięki którym człowiek wyraża swoje najgłębsze potrzeby, Simmel zdefiniował zjawisko mody jako szczególną formę życia, która „ma zapewnić kompromis między tendencją do społecznego zrównania, a tendencją do indywidualnej odrębności”¹². Moda jest więc nietypowym mechanizmem osadzonym w kulturze, łączącym dwie przeciwstawne ze sobą potrzeby.

⁹ Por. Warto również zwrócić uwagę na fakt, że członkowie danej grupy społecznej wzajemnie się obserwują. Modę cechuje więc niezwykła przydatność; opiera się na zewnętrznych formach życia, tych jej obszarów, które skierowane są w stronę społeczeństwa. Stąd też wynika nasza chęć do bycia akceptowanym, świadomym swej wyjątkowości. Tamże, s. 192.

¹⁰ Tamże, s. 196.

¹¹ Tamże, s. 184.

¹² Tamże, s. 186

Pomiędzy nowością a ulotnością

Nowość (początek) i ulotność (kres) to kolejne z biegunów, dzięki którym funkcjonuje moda. Socjolog wyjaśnia to w ten sposób, że aby dana moda mogła zaistnieć – czy to w ubiorze czy w formach zachowania społecznego – musi być stosowana przez małą grupę ludzi, a następnie rozpropagowana reszcie społeczeństwa po to, by mogli naśladować dany trend. W momencie, gdy dana moda staje się powszechna, wówczas – w ujęciu Simmela – nie ma o niej mowy, bowiem specyficzne dążenie mody do społecznej akceptacji paradoksalnie wyznacza jej kres. Moda stanowi więc swoistą linię graniczną między tym co przeszłe, a tym co przyszłe.

Moda, określana przez niemieckiego badacza jako postawa i zadanie twórcze, jest przez niego rozpatrywana w kontekście przekraczania granic i ustawiania nowych:

1. granica jest niezbędna, aby móc poruszać się w sferze możliwości ludzkich,
2. każda konkretna granica nie jest konieczna, gdyż z zasady może być przesunięta lub przekroczona¹³.

Powyższe założenie trafnie oddaje naturę funkcjonowania mody. W jednym z dyskursów poświęconym analizie koncepcji Georga Simmela czytamy:

granice w modzie stanowią ten aspekt, który pozwala jej istnieć. Przekraczanie kolejnych granic w sposobie ubierania się czy stylu życia wyznaczanego przez modę stanowi o jej postępie i innowacyjności. Jednocześnie żadna granica nie jest konieczna i nieprzekraczalna, gdyż moda z natury poszerza granice, wyznacza je na nowo z każdym kolejnym trendem¹⁴.

Proces ten w interesujący sposób ujęła Aleksandra Chmielińska w publikacji pt. „*Moda – między konformizmem a przekraczaniem granic*”: to, co jest teraz-niejszością w modzie, jest niczym innym jak połączeniem elementów mody z przeszłości i przewidywaniem tego, co może być modne w przyszłości¹⁵. Zdaniem autorki, to co wyznacza początek mody to kulminacja (nowość) trendu, a to co wyznacza jej kres (ulotność) to spopularyzowanie.

¹³ G. Simmel, dz. cyt. s. 180.

¹⁴ E. Linkiewicz, dz. cyt. s. 273.

¹⁵ A. Chmielińska, *Moda – między konformizmem a przekraczaniem granic* [w:] *Moda w kulturze, sztuce i edukacji*, pod red. W. Bobrowicza, D. Kubinowskiego, Z. Pakuły, Lublin 2014, s. 71.

Spoleczne funkcje mody (w świetle teorii socjologicznych)

Moda jako wyznacznik statusu społecznego

Przyczyn, które sprawiają, iż moda jest ściśle powiązana ze statusem społecznym jest wiele. Jedną z nich, z całą pewnością, stanowią bodźce zewnętrzne, tj. elementy ubioru, dodatków, fryzury i wszelkich ozdób. Funkcją stroju, poza ochroną przed zimnem, jest wysyłanie komunikatów informujących o wykonywanym zawodzie, statusie materialnym, stanie psychicznym, cechach osobowości, zamiarach i nastroju człowieka¹⁶. Moda i ubiór stanowią zatem bardzo istotny element komunikacji interpersonalnej i niewerbalnej, komunikują bowiem pełnią przez jednostkę rolę społeczną.

Moda od dawna traktowana była jako wyznacznik statusu i podziału na warstwy społeczne. Z takiego opisu mody znany jest Thorstein Veblen, amerykański filozof norweskiego pochodzenia, twórca *Teoria klasy próżniaczej*. Badacz twierdził, iż stałą cechą klasy próżniaczej (klasy wyższej) jest marnotrawstwo i konsumpcja¹⁷. Według filozofa, moda tamtych czasów wyraźnie wyznaczała granice między klasami społecznymi. Przedstawiciele klasy wyższej kreowali modę nosząc kreacje szyte z bardzo drogich materiałów, na które nie było stać przedstawicieli warstw niższych. Odróżnienie się na tle wielkomiejskiego proletariatu nie stanowiło dla elity wówczas żadnego problemu. Do czasu kiedy klasy niższe nie zaczęły podążać za modą i naśladować klas wyższych.

Podobnego zdania był wspomniany wcześniej, niemiecki filozof, Georg Simmel. Simmel, który definiuje modę jako wypadkową wpływów klasowych. Zdaniem socjologa:

fenomen mody powstał z człowieczego dualizmu, na który składa się imitacja i izolacja. Pochodzi on ze społecznych podziałów klas. Oznacza to, iż klasa wyższa wciąż pogłębia swoją izolację społeczną poprzez modę. Im bardziej społecznie grupy zbliżają się do siebie, tym bardziej uwidaczniają się zmiany w modzie¹⁸.

¹⁶ Por. A. Kuczyńska, *Wzory modne w życiu codziennym*, Warszawa 1983, s. 8.

¹⁷ Thorstein Veblen, zdeklarowany krytyk klasy wyższej, a właściwie zachowań płci pięknej, które się z niej wywodziły, wyrażał się o nich z dezaprobatą, krytykując usilne i nieustanne dążenie do bycia modnym. Uważał on, iż dążenie kobiet do posiadania coraz to nowszych strojów stanowi bezmyślny akt oddania się konsumpcji jedynie w celu zaspokojenia swoich egoistycznych potrzeb, zaś sam ubiór traktował jako wyznacznik świadczący o bezczynności. Por. T. Veblen, *Teoria klasy próżniaczej*, przeł. J. Zagórska, K. Zagórski, Warszawa 1971.

¹⁸ G. Simmel, dz. cyt. s. 176.

Niemiecki socjolog wyjaśnia, że aby dana moda mogła zaistnieć – czy to w ubiorze czy chociażby w formach zachowania społecznego – musi być stosowana przez małą grupę ludzi, a następnie rozpropagowana reszcie społeczeństwa po to, by mogli naśladować dany trend.

W momencie, gdy dana moda staje się powszechna, wówczas – w ujęciu Simmela – nie ma o niej mowy. Szczególnie widoczne jest to na podstawie relacji klasowych. Jak zauważa, klasy stanu wyższego są inicjatorami konkretnych mód, zaś klasy stanu niższego ich naśladowcami. Według Simmela, moda ma służyć temu, by wzmacniać wewnętrzną spójność określonej klasy i tym samym różnić się od innej¹⁹. Moda więc komunikuje przynależność do „ludzi równych sobie”.

W teorii Georga Simmela, podobnie jak w teorii Thorsteina Veblena, przedstawiciele klasy wyższej, poprzez ubiór, manifestują swój status społeczny. W przeciągu ubiegłego stulecia moda miała za zadanie podkreślić różnice społeczne. Ze względów ekonomicznych, w okresie demokratyzacji i industrializacji, strój przestał odgrywać pierwotne znaczenie. Klasy niższe zaczęły naśladować wyższe. Cały ten mechanizm pozwala wysnuć tezę, że powstał swoisty *savoir-vivre* mody, który utrzymał się do chwili obecnej, choć służy on teraz nie tylko ukazaniu pochodzenia i statusu społecznego, a raczej umiejętności dostosowywania się do zasad kultury ubioru.

Moda jako ekspresja osobowości (kreowanie wizerunku)

Do XX wieku moda (rozumiana w kontekście ubioru) stanowiła istotny element w komunikacji z otoczeniem. Wygląd bardzo dokładnie określał przynależność etniczno-kulturową, a ogólnie przyjęte zasady kreowania wizerunku były ściśle przestrzegane. Historia mody wyraźnie dowodzi o silnych fluktuacjach, jakim podlegał ubiór na przestrzeni wieków. Co istotne, zmiany te wykształtowały zespół narzędzi i wiedzy, które posłużyły do kreowania wizerunku i wyrażania osobistej ekspresji. Moda, jak pisze Georg Simmel, jest szczególną formą życia, mającą zapewnić kompromis między tendencją do społecznego zrównania a tendencją do indywidualnej odrębności.

Najtrafniejszym przykładem, w którym moda traktowana jest jako ekspresja osobowości jest rzeczywistość, w której przyszło nam funkcjonować. Współczesna kobieta jawi się jako niezależna feministka, wyraźnie posiadająca potrzebę posiadania i wykorzystywania wszelkich narzędzi do kreowania wizerunku. Ów wizerunek (ubiór) traktuje jako środek do wyrażania własnej ekspresji, personalne antrua skupiające uwagę i służące do nawiązywania relacji. Kreacja w modzie jest zjawiskiem bardzo zindywidualizowanym, ściśle

¹⁹ Tamże, s. 190.

związnym z artystyczną wyobraźnią i osobistym poczuciem estetyki, służącą do zaakcentowania podstawowych rysów podmiotowej tożsamości.

Moda jako terapia, źródło uznania i uwagi

Alicja Kuczyńska w swojej publikacji pt. *Wzory modne w życiu codziennym*²⁰ słusznie zauważyła, że moda, a w szczególności ubiór zgodny z panującymi trendami, może pełnić funkcję terapeutyczną. W społeczeństwie późnej nowoczesności, którego cechą charakterystyczną jest ocena człowieka przez pryzmat posiadanych dóbr, moda stanowi swoisty substytut w sposobie wyrażania treści dotyczących ludzkiej egzystencji. Zdaniem Kluszczyńskiej, moda pełni rolę „produktu [...] mającego na celu ukazanie przez znak (przedmiot) czegoś więcej niż w istocie ów znak reprezentuje, a ściślej mówiąc, więcej niż zawiera się w bezpośrednio praktycznej, utylitarnej funkcji rzeczy”²¹.

Wpływ mody na życie społeczne wyraża się w postępującej indywidualizacji z jednej strony, a potrzebą bliskości i wspólnoty z drugiej. Jednym ze sposobów nawiązywania relacji z innymi ludźmi, a przy tym uzyskania społecznej aprobaty okazała się być realizacja, określonych przez społeczeństwo, wzorców kulturowych. Świadomość przeżywania rzeczywistości stanowi istotny czynnik integracji, a moda w tym względzie jasno wyznacza granice przynależności grupowej. Zdaniem Tomasza Leszniewskiego: „pragnienie członkostwa w danej grupie wiąże się z koniecznością respektowania obowiązujących trendów dotyczących stylu życia [...]. Realizacja wzorców mody [...] zapobiega wykluczeniu jednostek z aktywnego uczestnictwa w życiu społecznym”²².

Poczucie wspólnoty i bliskości, a także potrzeba uznania i uwagi należą do grupy podstawowych potrzeb ludzkich. Socjologowie zauważają, iż wiele problemów na tle emocjonalnym jest związana z niezaspokajaniem potrzeb tego rodzaju. Co istotne, problemy te odnoszą się również do mody. Ma to swój szczególny wyraz w konfrontacji z drugim człowiekiem, kiedy to jednostka występuje nie tylko jako podmiot, ale także jako przedmiot wizualny.

Podsumowanie

Żyjemy w okresie absolutnie niebywałej estetyzacji życia, która opiera się na tożsamych mechanizmach, co obecna w ludzkim życiu moda. Zdaniem Tomasza Leszniewskiego: „sposób postępowania czy wybory określonych

²⁰ A. Kuczyńska, *Wzory modne w życiu codziennym*, Warszawa 1983, s. 7

²¹ A. Kuczyńska, dz. cyt. s. 8.

²² T. Leszniewski, dz. cyt. s. 54.

atrybutów nie są motywowane chęcią praktycznych korzyści, a wyłącznie próbą podkreślenia własnej wyjątkowości i oryginalności²³. Być modnie ubranym stało się znakiem wyróżniającym w statusie i pozycji społecznej, który wyraża się w nowym języku luksusowych marek, logotypów znanych producentów i ogólnej estetyki ubioru. Dzięki temu, dana grupa społeczna, złożona z indywidualnych jednostek jest w stanie funkcjonować w permanentnie ewoluującym, realnym świecie. Świadomość istnienia zapewnia człowiekowi poczucie bezpieczeństwa w kontekście otaczającego go świata, a moda w tym względzie pozwala mu na odnalezienie własnego miejsca w przestrzeni publicznej. Modę cechuje chwilowość krotocwilność, efemeryczność, a to, co ją determinuje, to czas. Georg Simmel, jak wskazano już wcześniej, wyróżnia dwa bieguny, pomiędzy którymi funkcjonuje moda; z jednej strony jest to jej początek, a z drugiej koniec. Jej natura wyraża się w nieuchronnej przemijalności, a ulotność jest jej warunkiem koniecznym.

Moda to zjawisko, które opiera się na zbiorowych instynktach tkwiących wewnątrz człowieka. To co nowe i znane budzi żywe zainteresowanie, a w konsekwencji staje się częstym obiektem pożądania. Zaryzykuję stwierdzenie, iż moda w dużym stopniu współtworzy teatr dnia codziennego²⁴, bowiem wyraża wszystko to, co znajduje odzwierciedlenie we wszystkich aspektach życia: w światopoglądzie, postawach, funkcjach społecznych, zawodowych. Jak słusznie zauważa Georg Simmel: „moda wynosi nawet nieważne jednostki, czyniąc je przedstawicielami klas, ucieleśnieniem wspólnego ducha”²⁵. Autor powyższego cytatu stwierdza, iż moda jest idealna dla tych, których natura jest całkowicie zależna, a ich samoświadomość domaga się odrębności. Moda może uwydatniać osobowość człowieka zarówno poprzez kierowanie się panującym stylem, jak i poprzez jego odrzucenie.

Moda jest perspektywą estetyczną, której głównym celem jest najładniejsze pokazanie człowieka. Jego wizerunek bez wątpienia zależny jest od jego własnej prezentacji, a we współczesnym świecie owa prezentacja w znacznej mierze zdeterminowana jest właśnie poprzez modę. Nie zapominajmy jednak,

²³ T. Leszniewski, *Moda i tożsamość — dylematy współczesnego człowieka w świecie konsumpcji* [w:] *Rozkoszna zaraza. O rządach mody i kulturze konsumpcji*, red. T. Szlendak, K. Pietrowicz, Wrocław 2007, s. 53.

²⁴ W teorii Goffmana życie ludzkie zostaje porównane do przedstawienia teatralnego, rozgrywającego się w konkretnej i określonej przestrzeni. Istotny jest fakt, że każdy człowiek żyjący w społeczeństwie jest zarówno aktorem jak i widzem, zależnie od tego, jaką rolę pełni w konkretnej sytuacji interakcyjnej. Por. <http://kochamteatr.pl/erving-goffman/>, zapis: 02.05.2015.

²⁵ Tamże, s. 191.

że powyższy cel, choć stanowi jej podstawę, nie jest celem jedynym. Moda, jak już wcześniej wspomniałam, jest formą, za pomocą której wyraża się wiele treści. Jest obrazem potrzeb ludzi i otaczającego ich świata. Oddaje nasz nastrój, status społeczny, rolę, czy stosunek do ludzi. Kultuwyuje piękno krótkotrwałe i przemijające, gdzie wymóg nowości jest często jedynym kryterium sądu estetycznego. To podążanie za innowacyjną formą i strukturą produktu mody zmierza w kierunku prowokacji, gdzie, jak sugeruje Roland Barthes, umiejscowieni jesteśmy w czasach, w których osąd otaczającego nas świata nie jest podyktowany przeciwstawieniem dobra złu, lecz tego co nowe staremu²⁶. Sugestywne są w tym miejscu słowa Ewy Linkiewicz:

Moda jest chyba jedną z niewielu dziedzin, której rozwój w tak wyraźny sposób uwidacznia cechy charakterystyczne współczesności, a może nawet kierunek, w jakim zmierza. Jej mechanizm działania opiera się na ciągłej zmianie, nie dla zmiany samej w sobie, która nie służy ulepszeniu produktu, jedynie zastąpieniu go czymś nowym. Jest irracjonalna, bezcelowa i bezwzględna [...]. Działa w imię estetyki współczesności, która kultuwyuje piękno krótkotrwałe i przemijające. A wymóg nowości jest jedynym kryterium sądu ostatecznego²⁷.

Zjawisko mody, choć niezwykle interesujące, nie doczekało się wielu aktualnych i naukowo pożytecznych opracowań, w których opisano by jej zmiany, jakie zaszły w jej strukturze na przestrzeni ostatnich kilku lat. Czy zatem można spekulować, że teorie wysnute przez opisanych wyżej badaczy straciły na aktualności, biorąc pod uwagę fakt, iż pozycje te mają po przeszło sto lat? Nic bardziej mylnego. I choć na poziomie opisu struktury społecznej, kulturowych realiów czy obyczajowości, Simmlowska *Filozofia mody* i Veblenowska *Teoria klasy próżniaczej* jawią się jako, co najmniej, anachroniczne, to ogólna perspektywa i bardziej generalne przedstawione w niej diagnozy i mechanizmy pozostają aktualne. Świadczy to o niezwyklej ponadczasowości stwierdzeń, a sami badacze ukazują się jako baczni obserwatorzy rzeczywistości.

ANALYSIS OF THE PHENOMENON OF FASHION IN THE PERSPECTIVE OF THEORY
SOCIOLOGICAL STUDIES OF GEORG SIMMEL AND THORSTEIN VEBLÉN

²⁶ Por. R. Barthes, *Przyjemność tekstu*, przeł. A. Lewińska, Warszawa 1997, s. 220.

²⁷ E. Linkiewicz, dz. cyt., s. 285.

Summary

In this article, the author will try to answer the question to what extent fashion influences society and what psychological and social processes take place in its structure. Based mainly on the sociological thought of Georg Simmel and Thorstein Veblen, the author will treat fashion as a special form of cultural phenomenon, influenced not only by people, but also social forms and everything that surrounds man: aesthetic views, behaviors, ideologies.