

FUSS

MAGAZYN



KRZYK MODY

30 (5) PAŹDZIERNIK 2018
ISSN 2300 - 3758

SPIS TREŚCI

NA LEWĄ STRONĘ MARTA STAŃCZYK ANNA TEODORCZYK	4
CZY UBRANIA POTRAFIĄ MILCZEĆ? KATARZYNA DZIADOWICZ KATARZYNA HARCIAREK	9
W DRESIE NA SALONY KAŚKA NOWACKA IZA BUŁECZKA	14
JAK TY SIĘ WYRAŻASZ?! IGA JÓZEFCZYK, MARCIN SZTYPA MARTYNA FRIEDLA	22

W POSZUKIWANIU TĘCZY 27
NATALIA HENNIG | LILIANNA DMYTREK

„VOGUE” A SPRAWA POLSKA 32
ALEKSANDRA SOWA | MACIEJ DUDEK

MATKA BOSKA I INNE DZIARKI 36
AGNIESZKA WIECZOROWSKA | MATEUSZ GAWRON

KRZYK MODY 40
PAWEŁ TOMANEK

**ILUSTRACJA NA OKŁADCE:
MACIEJ DUDEK**



NA LEWAŁ STRONĘ

Mimo pozoru trywialności i próżności niektóre wybiegi modowe otwierają się na zaangażowane społecznie i politycznie treści, stając się przestrzenią rozsadzającą od środka schematy przemysłu piękna. Wielu projektantów poddaje refleksji materiał, na którym na co dzień pracują, dokonując jego dekonstrukcji, a tym samym diagnozując stan kultury lub prowokując jego zmianę.



MARTA STAŃCZYK | ANNA TEODORCZYK

Moda uwrażliwia na kulturę odbioru, wiąże się z przyjemnością wzrokową, ale też zamienia ciało niemalże w płótno malarskie. Trudno wskazać na artefakt tak zdeteterminowany kulturowo i sprzeczny z ludzką naturą i naturalnością w ogóle, jak osławiony wiktoriański gorset, deformujący sylwetkę i utrudniający oddychanie dla uzyskania określonego efektu estetycznego. W ten sposób moda tematyzuje podstawową dychotomię tkwiącą w człowieku, a mianowicie konflikt kultury i natury. Jednocześnie wiąże się z pewnymi normami społecznymi, uwarunkowaniami historycznymi, kulturowymi i genderowymi, a nawet z normami etycznymi, czego dowodziłyby kolejne rezygnacje domów mody z wykorzystywania naturalnych

futer w swoich projektach czy popularyzacja produkcji *free trade* i *vegan*. Ubiór uzmysławia tkwiące w nas sprzeczności, konflikt estetyki i pragmatyzmu, indywidualizmu i konformizmu, autoekspresji i ornamentyzacji, świadomości i hedonizmu.

NIEWOLNICY I NIEWOLNICE MODY

Na podstawowym poziomie moda odzwierciedla napięcie między jednostką a społeczeństwem. Z jednej strony naśladownictwo wiąże się z potrzebą wspólnoty i akceptacji, z drugiej – występuje pragnienie odmienności, zmiany, wyróżnienia się. Przemiany mody zdaje się napędzać (przynajmniej do pewnego momentu) potrzeba demarka-

”

KTO BY SIĘ SPODZIEWAŁ, ŻE W 2018 ROKU ŚCIĄGNIĘCIE SZPILEK NA FESTIWALU FILMOWYM W CANNES WYWOŁA SKANDAL

cji: siebie od społeczeństwa, jednego społeczeństwa od drugiego, ale i np. klasy wyższej od niższej oraz kobiet od mężczyzn. Stereotypowe przypisanie kwestii stroju do sfery kobiecej już na początku XX wieku Georg Simmel uzasadniał patriarchalną kulturą, przez co podkreślił, że moda służy nie tylko wyrażaniu siebie, ale i tłamszeniu indywidualności. Staje się czasami aparatem opresji – przykuwa jednostki do określonych ról, klas i grup. Kto by się spodziewał, że w 2018 roku ściągnięcie szpilek na festiwalu filmowym w Cannes wywoła skandal – a jednak w XXI wieku [Kristen Stewart stwierdziła](#), że musi podważać seksistowski *dress code*. Moda fałszuje potrzeby, ignoruje aspekt użyteczności czy wygody i dyktuje warunki określonym grupom społecznym..

Współczesną modę charakteryzuje równoczesność stylów, pojawianie się kilku nowych trendów na sezon, a przy tym odejście od mitu nowości. Przez wieki wydawała się ona modowym fetyszem, jednak obecnie raczej przekonani jesteśmy o wyczerpaniu się pewnych form i ograniczonej możliwości przemian. Trudno już czymkolwiek zaskoczyć, cokolwiek zmienić, cyrkulacja trendów jest tak szybka, że powracają, zanim wyjdą z mody. Jesteśmy zatem świadkami recyklingu, świadomi, że trudno będzie powtórzyć rewolucję, jaką w latach 60. minionego wieku dokonała zaprojektowana przez Mary Quant spódniczka mini. Pamiętam szum, jaki prawie 20 lat temu, w 2000 roku, wywołała skrajnie wydekoltowana sukienka Versace, którą na rozdanie Grammy ubrała Jennifer Lopez, a 10

lat później nowością musiał być już nie dekolt (nawet taki sięgający strefy bikini), a *meat dress* Lady Gagi. Trudno sobie wyobrazić, co zapadnie w pamięć społeczną i zasłuży na notkę na Wikipedii w 2020 roku, jednak jest szansa, że będzie to miało do czynienia ze zwerbalizowanymi deklaracjami, wyrażanymi pozamodowymi środkami (jak hasła na koszulkach), zawłaszczeniami kulturowymi (koszulki Kylie Jenner, w których jej twarz jest nadrukowana na wizerunkach zmarłych legend muzyki, jak Tupac czy Jim Morrison) i fałszywym zaangażowaniem (np. firma American Eagle wypuściła serię bransoletek przypominających niewolnicze kajdany, by rzekomo upamiętnić ofiary niewolnictwa). W tym roku stosunkowo szerokim echem odbiły się *vagina pants* z teledysku do *Pynk* Janelle Monáe, jednak mam wrażenie, że rewolucje modowe mamy za sobą – pozostaje kwestia smaku.

MROczne PIĘKNO

Alexander McQueen kojarzony bywa przede wszystkim z kreacjami gwiazd na galach rozdania Oscarów, jednak zasłynął z dyskusji na temat piękna, którą wywołał projektowanymi sukniemi. Bliskość modowego mainstreamu nie zmienia faktu, że McQueen był projektantem-rewizjonistą, któremu pośmiertnie zorganizowano wystawę w Metropolitan Museum of Art. Wizjonerska „Savage Beauty” potwierdziła prowadzoną w modzie grę między naturalnością a sztucznością. Suknie ułożone w przestrzenne, ekspresyjne instalacje zatraciły swoje „wybiegowe” pochodzenie, stając się dziełem sztuki czy *sculpt couture*, połączeniem

haute couture (ekskluzywnych kreacji będących poza regularną sprzedażą) oraz rzeźb. Wykonane z nietypowych materiałów manekiny wyginały się we frenetycznych pozach, prezentując zatrzymaną na moment dynamikę i skłębione w sukniach emocje

Kolekcje McQueena w rozmaity sposób poddawały refleksji ideały estetyczne, samą modę i jej historię. Często jego suknie obnażały krynoliny, eksponowały gorsety, erotyzowały woalki i upolityczniały tartan, inne ukazywały konflikt porządku z dzikością przez wykorzystanie elementów poroża, a np. kolekcja jesień/zima 2008-2009 prezentowała modelki z zasłoniętymi twarzami – w świecie mody liczy się strój, a nie noszący go człowiek, ale też projekty przypominały styl BDSM, odwołując się do mrocznych pragnień i fetyszów. Świadomy istoty mody McQueen przekraczał jej reguły, odzwierciedlając przy tym w swoich kreacjach własne demony: „Myślę, że piękno jest we wszystkim. W tym, co »normalni« ludzie odbierają jako coś brzydkiego, potrafię zwykle dostrzec pierwiastek piękna”. Jego wizjonerskie stroje przyciągają egzystencjalnym mrokiem i estetycznym turpizmem, inspirując kolejnych artystów – w tym twórców niedawnego dokumentu *McQueen* (2018, I. Bonhôte, P. Ettegui). Dostrzegli oni, że dla tego przedwcześnie zmarłego projektanta moda była sposobem nawiązania dyskusji z tradycją, sugestywnego odnowienia *haute couture*, ale i polemiki z tą kulturą, a przede wszystkim ekspresją własnej osobowości: szkockości, traum, sadomasochistycznej wyobraźni, gotyckiego fetyszyzmu, co w przypadku pokazu VOSS (lub Asylum; wiosna/lato 2001) zyskało dodatkowy akcent w postaci zaaranżowania wybiegu: było to ciasne pomieszczenie ze ścianami z lustra weneckiego, przez które widzowie obserwowali uwięzione modelki. Suknie McQueena zamieniały się w płótna malarskie, wybieg w galerię sztuki, a to tworzyło całość odzwierciedlającą jego obsesję. Projektant określił w końcu siebie jako romantycznego schizofrenika.

ANTY-MODA

Kolejnym przykładem strategii uprzywilejowania i uin-telektualnienia mody jest Rei Kawakubo, która w swoich projektach podważa estetykę mody. Jej pokazy zamieniają się w prawdziwe performanse. Ta japońska projektantka, założycielka marki o znaczącej nazwie *Comme des Garçons* (z fr. „Jak chłopcy”), często próbuje zrewidować

ideał kobiecości. Specjalizuje się w surowych, dekonstruujących kanony stylizacjach, zaliczanych nierzadko do „anty-mody”. Jej stroje są niewykończone, podkreślają szwy, zmieniają proporcje sylwetki modela, co jest widoczne zwłaszcza w serii *Bump*, dodającej krągłości, garbów i wybrzuszeń na ciele. W „nienaturalnych” stylizacjach wyrażona zostaje zgoda na naturalność.

To o tyle znaczące, że ciało często poddawane jest w modzie uprzedmiotowieniu i opresyjnemu kształtowaniu. Richard Shusterman twierdzi, że kulturowo – także poprzez dyscyplinującą ciała modę – kobietom narzucono pewną zakrzepłą, represyjną formę: „Tradycyjne wzorce kobiecego piękna, podkreślające delikatność, kruchość, miękkość oraz stroje z falbankami, które czynią wszelką pracę niepraktyczną, umacniają ten wizerunek kobiety jako kruchej, słabej, cielesnej i pasywnej ofiary. (...) Krótko mówiąc, tradycyjnie ustanowiona estetyczna ideologia kobiecego ciała służy pogłębianiu kobiecej słabości, pasywności i potulności”. Podobne wykorzystywanie mody jako narzędzia kulturowych ograniczeń pokazuje Zbigniew Libera w nagraniach [Jak tresuje się dziewczynki](#) (1987) czy [Gumki](#) (1989), ale twórcy mody – a przynajmniej ich część – są świadomi tych krzywdzących uwarunkowań.

Poczucie estetyki, przyjemności wzrokowej i wstrętu determinuje kultura – damskie krynoliny i gorsety zaprzeczały funkcjonalności czy użyteczności mody, zamieniając kobiety w lalki. Karl Lagerfeld powiedział zresztą kiedyś: „Kobieta to najdoskonalsza lalka, jaką ubierałem”, pokazując, że moda jest często czymś bezosobowym. A mimo to z dzisiejszej perspektywy taka codzienna „zbroja” kobiet wydaje się wręcz niehumanitarna. Wybiegi zmieniają się z miejsca pokazu nowych trendów w przestrzeń rewizji i negocjacji znaczeń kulturowych, gdzie strój może spełniać funkcję performatywną i samokrytyczną. Kawakubo zainteresowana jest performansami genderowymi, w których ubrania tworzą deformacje cielesne, a przez to wpisują się w krąg myśli feministycznej, stawiając projektantkę obok takich artystek wizualnych i performerek, jak Cindy Sherman, VALIE EXPORT czy Agata Kus. Wszystkie one pokazują, że kobieta nie musi być tylko spełnieniem męskiej przyjemności i wpisywać się pokornie w narzucone jej role, ale może odrzucić narzucony jej styl ubioru.



OBJET TROUVÉ

Kolejnym projektantem przemieszczającym się między wybiegiem a przestrzenią galerii jest Miguel Adrover, wskazujący na różnice w odbiorze uczestników pokazów mody i tych zanurzających się w *white cube'ach*. Jego prace mają stałe miejsce w Metropolitan Museum of Art, np. odwrócony na lewą stronę trenz Burberry ze słynną podszewką w kratkę czy spódniczka mini przerobiona z torebki Louisa Vuittona. Adrover „pożycza” od sławnych projektantów, dekonstruuje i rekonstruuje modę, snując refleksję nad funkcjonalnością i przypadkowością kolekcji, a zarazem nad konsumpcyjną symboliką niektórych markowych gadżetów. Zwykły płaszcz staje się diagnozą współczesności, w której życie codzienne i jego emblematy poddawane są fetysyzacji, a zarazem refleksją nad całym przemysłem modowym, kultem metek i brakiem oryginalności nawet ekskluzywnych przedmiotów.

Projekty Adrovera nie korzystają wyłącznie z markowych „przedmiotów znalezionych” – wykorzystuje on zwykle elementy stroju, które komponuje w nietypowy sposób czy wręcz wbrew ich zwyczajowemu zastosowaniu. Jego projekty łączy symbolizm – ubrania stają się nośnikami znaczeń. Na wybiegu Adrover wypowiada się na temat kosmopolityzmu, wielkomiejskiego życia w epoce późnego kapitalizmu i w ogóle specyfiki współczesności. Słowny jest jego [płaszcz](#) uszyty ze znalezionego na ulicy materaca Quentina Crispa. Recykling zniszczonego, brudnego i podartego materiału, który wyglądał tak, jak gdyby ktoś spał w nim całe życie na ulicy, miał między innymi poruszać temat bezdomności. Ważniejsze od wartości estetycznej staje się podkreślenie zużycia, na zniszczonym płaszczu odcisnął się bowiem wycinek ludzkiej, konkretnej egzystencji, przez co też ubiór trudno traktować jako rzecz odłączoną od jednostki.

Moda sugeruje brak obiektywności – o gustach w końcu się nie dyskutuje, a każdy kolejny sezon na wybiegu przeczy poprzedniemu i już na tym poziomie prowokuje do refleksji nad trwałością pewnych kulturowych czy społecznych struktur. Jest ona czymś przypadkowym, arbitralnym, sztucznie wypreparowanym. Podobnie zresztą jak nasza tożsamość, którą nieprzerwanie autokreujemy poprzez styl (nie tylko ubioru) w mediach społecznościowych, ale i dostosowujemy do sytuacji, w jakiej się znajdujemy, czy roli,

jaką pełniimy. Moda negocjuje to, jak siebie widzimy i jak chcemy, by inni nas widzieli.

Adrover – podobnie jak McQueen i Kawakubo – jest doskonałym przykładem na to, że moda nie jest, a przynajmniej nie musi być czymś trywialnym. W salach wystawowych „fatałaszk” sąsiadują z „dawnymi mistrzami”, pokazując, że formy stylizacji uzupełniają prosty podział na kulturę wysoką i niską. Strój staje się polem wypowiedzi artystycznej, choć powszechność mody, jej zakorzenienie w rzeczywistości, a zarazem jej pragmatyczny wymiar prowokują raczej do umieszczenia jej na marginesie rozważań estetycznych. Pokazy mody przestały być elitarystycznymi wydarzeniami – projektuje się na nich idee, które przenikają na ulice. 🍷



MARTA STAŃCZYK

Studentka Uniwersytetu Jagiellońskiego, filmoznawca wannabe. Trochę ogląda, trochę czyta i trochę słucha, ponieważ marzy o zostaniu kulturalnym krakusem.

ANNA TEODORCZYK

Z zawodu ilustratorka, z potrzeby autorka bloga Anna Alternatywnie o sztukach wizualnych i kulturze. Namiętny czytelnik literatury różnej oraz wierny fan gier typu point&click z ambicją na zostanie twórcą co najmniej jednej z tych rzeczy.



CZY UBRANIA POTRAFIĄ MILCZEĆ?

W przestrzeni publicznej tłumimy w sobie słowa, zaczepiamy o siebie jedynie wzrokiem, a jednocześnie rozglądamy się nerwowo, żeby sprawdzić, czy przestrzeń, w której się znajdujemy, jest tą samą, do której przygotowaliśmy charakterystykę. Tłumimy apostrofy, ale naszym odzieżowym wyborom pozwalamy rozsyłać niezliczoną liczbę komunikatów. Jeżeli garderoba potrafi krzyczeć równie wyraźnie jak wyraz twarzy, to może strategia Gregory'ego House'a okazałaby się opłacalna? Podobno buty zawsze mówią prawdę.



KATARZYNA DZIADOWICZ | KATARZYNA HARCIAREK

Tworząc w miarę pokojowo funkcjonujące społeczeństwo, mijamy się dość obojętnie. Wrodzone instynkty kunsztownie ukrywamy pod warstwą kultury i sztuki, a tym samym resentymentów i zwiewnych warstw materiału. Nie chcemy należeć do królestwa zwierząt, wolelibyśmy pozostać na salonach w towarzystwie władców w szkarłatnych szatach i dam przyobleczonej w falbany. Ta chęć to nadzieja, że uda nam się zachowywać „po ludzku”. Susan Fiske przeprowadziła badanie, które wskazuje na związek trwającego milisekundy spojrzenia heteroseksualnych

mężczyzn na sylwetki kobiet w bikini oraz aktywacji obszarów mózgu odpowiedzialnych za manipulację przedmiotami. Do świadomości badanych prawdopodobnie nie dociera różnica pomiędzy postrzeganiem kobiety ubranej mniej i bardziej skąpo, ale nie oznacza to, że nie mogłaby wpłynąć na ich zachowanie. Na szczęście więc różnimy się od zwierząt. Jeżeli nie zdolnością do podejmowania racjonalnych decyzji, to przynajmniej posługiwaniem się pozszywanymi tkaninami w celu ochrony przed zimnem i wzrokiem. No i w celu wyrażania siebie.

POKAŻ MI, CO NOSISZ, A POWIEM CI, KIM JESTEŚ

Od kiedy nasi przodkowie zaczęli nosić najbardziej prymitywne wersje odzienia, ze stroju możliwe było wywnioskowanie podstawowych informacji – ubrania nie mogły przeszkadzać w wykonywaniu codziennych czynności, a użyte materiały wskazywały na miejsce pochodzenia. Na początku historii mody rozbieżności były prawdopodobnie niewielkie. Ktoś mógł pozwolić sobie na częstsze zmienianie futer lub mógł pochwalić się lepszą metodą ich wykończenia, jednak na nadejście mody z rozmachem, jaki znamy dziś, należało jeszcze poczekać.

W czasie rozwoju cywilizacji sumeryjskiej po ubiorach jej członków można było wywnioskować ich zamożność. Choć wszyscy nosili podobne stroje, suknie bogatszych kobiet były bardziej kolorowe i uszyte z luksusowych materiałów. Najbogatsze mogły pozwolić sobie na zaznaczenie swojej renomy licznymi srebrnymi i złotymi ozdobami, które również w przypadku mężczyzn oznaczały posiadanie wyższego statusu społecznego. Może to te rozróżnienia z IV tysiąclecia p.n.e. były źródłem zjawiska mody w dzisiejszym rozumieniu. Adam Smith uważa, że poprzez upodabnianie się stylem ubioru do najbogatszych ludzie biorą udział w ich szczęściu i chwale. Jest to jeden z mechanizmów, który stoi za popularnością wielu trendów.

George Simmel zwrócił uwagę, że życie w społeczeństwie jest ciągłą walką asymilacji i rozróżniania. Taka dynamika skutkuje nieustanną zmiennością i sezonowością stylów. Droga do popularności jest jednocześnie drogą do odejścia w zapomnienie. Trendsetterzy mają wskazywać, co jest w danym sezonie na czasie, jednak kiedy ta informacja dotrze do szerszej publiczności, przestaje być atrakcyjna, ponieważ przyciąga naśladowców. Proces zatacza koło.

Jednym ze sposobów przeprowadzania badań w naukach społecznych jest tworzenie modeli komputerowych, które pozwalają na manipulacje zmiennymi. Umożliwia to zlokalizowanie zależności i obserwacje zachodzących przemian. Symulacja komputerowa, której stworzenie miało na celu rozpoznanie procesu rozprzestrzeniania się trendów, sugeruje, że naśladowanie modowych autorytetów nie jest jedynym sposobem wyróżniania się preferencji. Innym

możliwym wyjaśnieniem jest mimikra osób z najbliższego środowiska. W ten sposób zaznaczamy, że przynależymy do grupy i jesteśmy podobni do jej członków, co pozwala nam zacieśnić więzy i zyskać pewność wsparcia, gdy nadejdzie taka potrzeba. Chociaż model stworzony na potrzeby przeprowadzenia symulacji wywodzi się od założenia, że imitacje zachodzą w sposób losowy, badacze przekonują, że w kulturze występują pewne wzorce, które są częściej od innych kopiowane. Współczesne trendy nie odzwierciedlają już przynależności klasowej, lecz nasze wybory mogą opierać się na innych wyznacznikach tożsamości – wieku, rasie, identyfikacji płciowej czy hobby.

Chaudhuri i Majumdar na czasy postmodernizmu datują pojawienie się zjawiska konsumpcjonistycznego, którego głównym celem jest wyrażanie siebie i stwarzanie swojego obrazu. Wpływ na jego wystąpienie miały nie tylko zmiany systemowe, pozwalające ludziom na zgromadzenie wystarczającej ilości dóbr, by pozwolić sobie na wydanie ich części na zbędne produkty, lecz także sami marketingowcy i reklamodawcy zachęcający społeczeństwo do pragnienia posiadania nawet tego, co nie jest potrzebne. To przez ich pracę jesteśmy w stanie wyrażać swoją osobowość za pomocą rozumianych w naszym społeczeństwie sensów. Sięganie po określony produkt stało się kontynuacją stylu życia i musi być spójne z naszym sposobem patrzenia na świat.

POKAŻ MI, CO NOSISZ, A POWIEM CI, CO CZUJESZ

Dobieranie garderoby zgodnie z trendami obowiązującymi w konkretnym sezonie jest tym, czym dla pierwszych użytkowników mogło być odpowiednie skrojenie odzienia – świadectwem wiedzy. W wielu społeczeństwach ludzie mają nieograniczony dostęp do materiałów, gotowych ubrań, biżuterii czy akcesoriów. Choć nadal łatwo rozpoznać po nich status finansowy nabywcy, podążanie za modą, według Judith Donath, może być sygnałem umiejętności rozpoznawania i oceny informacji.

Nickolas Pappas dodaje, że ważne w podążaniu za modą jest wprowadzanie zmian i odróżnianie się od innych, choćby detalami. Jest to powodowane chęcią wyróżnienia się z mas, zaznaczenia swojej odrębności. Paradoksalnie



podobny efekt osiągamy upodabniając się do kogoś, kogo darzymy większym szacunkiem niż samych siebie – możemy dzięki temu podnieść własną samoocenę. Jeżeli podobieństwo będzie wystarczająco wyraźne, damy również innym jasny komunikat dotyczący naszych inspiracji i wartości. Przestaniemy być anonimowymi sylwetkami w tłumie, a staniemy się przedstawicielami określonego sposobu myślenia lub konkretnego sposobu wyrażania siebie. Efektywna komunikacja jest jednak możliwa tylko wtedy, gdy odbiorcy są w stanie odpowiednio zinterpretować przekaz. Znowu wyraźne staje się, jak nierozzerwalny jest związek ubrań ze społecznymi niuansami.

Psycholog Jennifer Baumgartner w książce *You Are What You Wear* („Jesteś tym, co nosisz”) analizuje zawartość szaf oraz styl ubioru otaczających ją ludzi w celu poznania ich wewnętrznych pragnień i ukrytych lęków. Skupia się na tym aspekcie wyglądu zewnętrznego, który dla nas samych pozostaje nieuświadomionym wołaniem. Rozważa możliwość, że za ślepym podążaniem za trendami kryjemy kompleksy i brak poczucia, że pasujemy do środowiska. Albo czy za ubiorem niedopasowanym do naszego stylu życia nie znajduje się tłumiony sprzeciw wobec naszej pracy i tego, kim nieintencjonalnie się stajemy. A jeśli „znowu nie mamy się w co ubrać”, docieka, czy brak sposobu wy-

rażania siebie poprzez styl nie odzwierciedla wątpliwości w rozpoznaniu własnego miejsca w życiu i czerpania z niego satysfakcji.

Te teorie, choć mogą wydawać się śmiałe, nie są pozbawione podstaw. Choć ludzie mogą być tego zupełnie nieświadomi, okazuje się, że osoby noszące więcej ozdób wykazują się bardziej konformistyczną postawą i są bardziej towarzyscy niż ci stroniący od dekorujących drobiazgów. Z kolei stawianie na wygodę podczas doboru stroju koreluje z wyższą zdolnością do samokontroli i ekstrawersją. Poszukującym akceptacji społecznej moda zapewnia jeden ze sposobów osiągnięcia celu, czyli zyskania sympatii. Na drugim końcu spektrum znajdują się ci, którzy wykorzystują główny nurt tylko do tego, by móc się przeciw niemu opowiedzieć. Jednak całkowite wyłamanie się z norm społecznych nie jest możliwe – ich krzyk ma sens tylko wtedy, gdy są otoczeni ludźmi, którzy ten krzyk rozumieją.

POWIEDZ MI, CO MYŚLISZ, A ODGADNĘ, CO NOSISZ

Subkultury wyrażają swój sprzeciw wobec ogólnie (a często też ślepo) akceptowanych wartości poprzez łamanie rozmaitych konwencji społecznych – w tym sposoby ubierania się. Mężczyźni z makijażem lub pomalowanymi paznokciami, kobiety i mężczyźni z kolczykami w uszach, nosach i brwiach są już od lat obecni w kulturowym krajobrazie, cały czas tworząc jednak kontrę. Krepujące zainteresowanie wciąż budzą osoby ubierające się w sposób sugerujący przynależność do przeciwnej płci biologicznej, choć dla wielu z nich jest to szansa wyrażenia własnej tożsamości. Ich obecność bywa dla nas tak samo niezręczna jak np. dostrzeżenie skaryfikacji. Winę za to ponoszą nasze mózgi wciąż działające według archaicznej zasady ratującej życie przed drapieżnikami: niepewność to niebezpieczeństwo. Jeżeli ktoś jest odmienny, budzą się w nas atawizmy – obcość często wzbudza nie ciekawość, a chęć ucieczki. Niepewność nie poddawania się łatwej klasyfikacji drażni. To z kolei prowokuje nas do upraszczania informacji i tworzenia stereotypów: okularnicy to kujony, ludzie chodzący w garniturach są zawsze poważni, skąpo ubrane kobiety

nie są zainteresowane intelektualnymi rozrywkami. Takie etykiety stwarzają ryzyko pomyłki, lecz pozwalają nam na dokonanie wielu założeń, oszczędzając energię i czas, które zmarnowalibyśmy na zyskanie pewnej i pełnej informacji.

Arystoteles mawiał, że ktoś, kto żyje poza państwem, może być jedynie Bogiem lub zwierzęciem. Czy analogicznie u osób wyłamujących się z przyjętych, stylizacyjnych konwencji moglibyśmy stwierdzić występowanie jakiejś boskiej części? W kontekście mody wykazywanie braku zainteresowania trendami jest niewątpliwie interesującą decyzją. Zrezygnowanie z tej społecznej praktyki jest komunikatem świadczącym o przekonaniu o własnej wartości. Ktoś, kto jest zdolny do egzystowania poza tym nurtem, nie poszukuje akceptacji środowiska przez dopasowany krój, krzykliwy kolor czy miękki materiał. Jeżeli pomimo to zdobywa akceptację, musi być wartościowym członkiem społeczności i stać go na pokazanie tego w inny, mniej oczywisty sposób. Nawet jeśli jesteśmy istotami społecznymi i dążymy do kontaktów z innymi, to niektórych cenimy za to, że patrzą na świat trochę z boku i bez chęci naśladowania. Nonkonformiści nie muszą dowiadywać się, jakiego koloru szalik będzie odpowiedni tej jesieni, oni już dawno wiedzą: ich ulubiony będzie w sam raz.

Osoby zafascynowane modą traktują ją jak narzędzie, które nie tylko służy do kształtowania opinii innych, ale również wpływa na własne samopoczucie. Określają swoje stylizacje mianem tymczasowych tatuaży, służących autoekspresji, bądź tarczy chroniących przed negatywnymi emocjami. Dla biegłych w języku mody to oczywiste, że ubrania mogą nie tylko wyrażać nasze postawy i osobowość, ale i wpływać na to, jak się czujemy, a przez to zachowujemy, kiedy przyoblekamy swoje ciała w konkretne szaty. W jednym z badań studenci ubrani w fartuch w czasie testu związanego z naukami ścisłymi mieli lepsze wyniki niż ci w stroju codziennym. Podczas egzaminów możemy czuć się pewniejsi siebie, a zatem bardziej kompetentni, mając na sobie garnitur czy elegancką spódnicę, a nie rozciągnięty T-shirt. Naturalnie pod warunkiem, że czujemy się w nich komfortowo.



W DRESIE NA SALONY

Moda i ubrania to dla mnie temat niestandardowy. Nie znoszę zakupów. Nie śledzę najnowszych trendów. Pojęcia nie mam, co robią sieciówki – tj. aż do momentu, kiedy orientuję się, że właśnie widziałam tysiąc takich samych dziewczyn. Wtedy dopiero świta mi, że płaszcz khaki z H&M albo Zary, włosy tak, torebka taka, obcas taki, tu ananas, tam brokat na policzku. *Haute couture* też interesuje mnie, ekhm, umiarkowanie. Bezbrzeżnie szokują mnie moje koleżanki, które na ulicy (!) są w stanie wywachać i rozpoznać najnowszy zapach od Calvin Klein albo Burberry. Sama ze stuprocentową pewnością zidentyfikuję co najwyżej Chanel No. 5 oraz klapki Birkenstocka. O, i plecak Fjällräven, ale i tak nie potrafię tego wymówić, więc przystopuję z przechwałkami.



KAŚKA NOWACKA | IZA BUŁECZKA

Patrząc na wymalowane trzynastolatki stukające obcasami i ściskające pod pachą wymyślne torebki, mam wrażenie, że pochodzę z innej epoki. W moim świecie nosiło się dzinsy i bluzę, do szkoły chodziło z plecakiem, wygodą i sportowy styl były normą – koniec tematu. Jasne, przeszliśmy przez niebotycznie długie dzwony, wciągające

w szlajające się po ziemi brzegi nogawek całe przydrożne błoto, przez brokat we włosach czy tzw. *chokery*, naszyjniki, które ostatnio odtrąbiły wielki powrót. Nie neguję istnienia wpływających na nas trendów, ale były to drobiazgi, o które dbało się głównie przy okazji szkolnej dyskoteki. Na prośbę o „dorosłe” obcasy czy torebkę rodzice najpew-

niej popukaliby się w głowę i albo nas skrzyczeli, albo bezlitośnie wyśmiali. W okolicach 13.-14. roku życia zamiana szkolnego plecaka na torbę krzyżowaną przez ramię (na którą mozolnie naszywaliśmy nazwy ulubionych zespołów muzycznych) i adidasów na glany była ekstremalnym skokiem w dorosłość i rejestr *cool kids*. Makijaż tylko na imprezę.

DAWNO – KRAKÓW

Jakiś czas później zaczęły się eleganckie płaszcze, obcasy, kapelusze. Niezliczone spektakle teatralne, premie-ry filmowe, wykłady, wernisaże i długie noce spędzone na ożywionych dyskusjach o sztuce i filozofii – w blasku świec i przy kazimierzowskich kawiarnianych stołach pokrytych dzierganymi obrusikami. Ta lekko ekscentryczna, nienaganna prezencja spod znaku kapelusza była normą w artystyczno-intelektualnym środowisku, w którym się obracałam. Krakowska pseudobohema – i, jak teraz oceniam, lekko pretensjonalne klimaty – to był mój codzienny styl. Choć od dawna nie mieszkam w Krakowie, ufam że pseudobohema nadal trzyma się dobrze, jednak obecnie jest inaczej odziana, np. w hipsterskie wyciągnięte swetry i oprawki okularów wyłowione z babcinej szafy.

Na obcasach byłam w stanie przebiec w tamtych czasach kilometry, po kocich łbach i w każdej pogodzie. Trochę później prawie wszędzie jeździłam już autem, co też pozwalało zarówno na dużą swobodę, jak i elegancję, tzn. jedynie w takiej sytuacji można ubrać zamszowe buty z niewygodnym obcasem na deszcz. Obstaje przy swoim: nigdy nie wiedziałam, co jest modne w danym sezonie, ale w jakiś sposób ubrania i ogólna prezencja były ważne, świadczyły o statusie, środowisku, zainteresowaniach, charakterze. Zawsze miałam upodobanie do okazałej artystycznej biżuterii i oryginalnych fasonów, więc mimo absolutnej ignorancji modowej, często słyszałam komplementy. Z prostego powodu: miałam swój własny styl i jakieś podskórne wy-czucie szyku. W tamtym okresie nie wyszłabym w dresie nawet do osiedlowego sklepu. Wyprzedzając nieco fakty – obecnie nie mam problemu wyjść z domu w piżamie.

ZMIANA – AMSTERDAM

Nie zrozumcie mnie źle, na wszystko jest czas i okazja: co roku spędzałam mnóstwo czasu na żaglach i na windsurfingu i do głowy by mi nie przyszło strojenie się przy takiej okazji. Z upodobaniem wyśmiewałam dziewczyny, które codziennie wylaniały się z kabiny jachtu w nowej kreacji i z kilogramem tynku na twarzy. Radykalna zmiana nastąpiła jednak po przeprowadzce, tak, „na Zachód”. Rok

w Amsterdamie, rok spędzony w deszczu, rok spędzony na rowerze, rok spędzony w pracy, na studiach, na imprezach, na wycieczkach, rok spędzony w biedzie, wreszcie rok, który rozpoczął resztę mojego życia.

Teraz już bez samochodu, przemierzałam miasto na jednośladowie odziana w gumowe spodnie i przeciwdeszczową kurtkę. Obcasów i formalnych ubiorów ani widu, ani słyhu; z nieregularnym trybem życia, studiami, pracą w systemie zmianowym, nieprzewidywalną pogodą, a także obserwując miejscowych, z czasem zaczęłam się ubierać coraz luźniej, bardziej sportowo, łącząc to jakoś ciągle z moją pasją do biżuterii i wyrazistego makijażu oczu. Dość wyzwalające było odkrycie, że ludzie nie oceniają się po wyglądzie. Nieważne, czy wchodziło się do klubu, czy do najdroższej kawiarni w mieście, bluza i trampki załatwiały sprawę. Nie istniał typowo polski element „co ludzie powiedzą”, „co babcia pomyśli”, „nie wpuszczą mnie tak”. Przyjemne uczucie: nie być ocenianym. Po roku wróciłam do domu i nigdy nie zapomnę sytuacji, kiedy miałam jechać z mamą na zakupy (autem, do pobliskiego centrum handlowego) i pojawiłam się w przedpokoju w spodniach od dresu, niewyprasowanej koszulce, bez makijażu i w jakichś niezbyt szykownych skarpetkach wystających z niedopasowanych butów. W końcu co za różnica, jedziemy autem, wejdziemy do sklepu, znowu wsiądziemy do auta, bach, z powrotem w domu. „Czy ty chcesz tak wyjść z domu...?” – podniosła lament moja rodzicielka. „Yyy... tak...?” (ale o co jej chodzi?) „Dziecko, co oni tam z tobą zrobili!” (trochę żartem, ale bardziej na poważnie). Wróciłam się przebrać.

ZNOWU TEATR – EDYNBURG

Jadąc do Szkocji, średnio wiedziałam, co się w ogóle może wydarzyć. Było to świeżo po Amsterdamie, także preferowanym stylem był już ten luźniejszy, jednak miałam pracować w teatrze, jako *producer* i w ogóle, więc pojawiły się lekkie nerwy: trzeba brać sukienki i garsonki, przyjdzie jeszcze rozmawiać z ludźmi z branży, będzie premiera, promocja, wywiady, trzeba będzie ogarnąć jakieś spotkanie biznesowe. Cały ten bagaż wrócił do domu po kilku miesiącach niedotknięty ani razu. I po mieście, i po teatrze biegałam w trampkach albo w klapkach, „branża” okazała się ludźmi w tiszertach i swetrach, po zatłoczonej Royal Mile chodziłam z farbą na twarzy i elementami kostiumów teatralnych, a networking odbywał się po godzinach w pubach nieopodal scen. I to też była szkoła życia, bowiem sama nie będąc ani aktorką, ani *native speakerką*, ani producentką teatralną z bogatym CV, musiałam być



IZABUŁECZKA

w stanie sprzedać nasz spektakl: czy to w trampkach w barze, czy z przytroczonymi wilczymi łapami i pazurami albo wśród ulicznego tłumu w cyrkowej atmosferze.

ZADZIWIAJĄCO NORMALNIE – LIZBONA

Lizbona była chyba jedynym miejscem, które zupełnie nie zmieniło mojej percepcji mody czy codziennego stylu. W mojej ocenie mieszkańcy portugalskiej stolicy ubierają się całkiem w porządku, nie nazbyt elegancko, ale gigantyczny dystans dzieli ich też od angielskich dresów. Dla mnie było to miejsce, które, abstrahując od wszystkich innych aspektów, odpowiadało mi wyważonym podejściem do ubioru: Lizbończycy wyglądają na zadbanych, ale z odpowiednim umiarem i dopasowaniem do ciepłego klimatu. Ponieważ w Portugalii nie miałam ani samochodu, ani roweru, natomiast wszędzie wygodnie mogłam dojechać metrem czy tramwajem, pozwalałam sobie zwykle na trochę więcej stylizacji spod znaku sukienki czy obcasów – oczywiście bez przesady, ale sprawiało mi to po prostu przyjemność, a moje warunki przemieszczania się po mieście były do tego odpowiednie. W tym momencie była to jednak już kwestia wyboru – bluza i adidas jak najbardziej byłyby równie akceptowalnym rozwiązaniem, na które też często sobie pozwalałam, ale dlaczego nie wbić się czasem w sukienkę? Czyli jednak zmiana – stopniowa i we mnie samej.

POLITYKA W SWETRZE – BRUKSELA

Oferta pracy w Komisji Europejskiej wywołuje całkiem poważne zawirowanie modowe na forach internetowych: mnóstwo ludzi, niezależnie od płci, wieku i kraju pochodzenia, zadaje sobie (i innym) to samo pytanie: w co się człowiek właściwie ubiera, kiedy zaczyna się bawić w unijną politykę? Co wypada, co należy, czy tylko garnitur...?

Ta wątpliwość na chwilę zaświtała i w mojej głowie, dokupiłam może 2 czy 3 „poważne” bluzki, jednak ogólnie na tym etapie i po tylu różnych zmianach i przeprowadzkach nie wydawało mi się, żeby kwestia *dress code’u* była aż tak zaporowa. Tzw. *smart casual* to rozwiązanie, które i tak lubię i które, w zależności od okoliczności, można albo podrasować na bardziej biurowy wygląd, albo poluzować

w stronę imprezy czy pikniku w parku. Do pracy w głównym budynku KE przyjeżdżałam i tak na rowerze (zresztą mój szef tak samo), więc zdarzało się, iż wtaczałam się tam w ociekających wodą kaloszach w panterkę i wściekle zielonej kurtce przeciwdeszczowej. Zasada właściwie jest taka, że tylko prawnicy czy managerowie, którzy na co dzień spotykają się z klientem, mają obowiązek biegać w drogich, nienagannie odprasowanych garniturach i garsonkach.

Moja babcia mieszkała w Brukseli jakoś na przełomie lat 70. i 80. i zawsze opowiadała, jak wielkim szokiem był dla niej przyjazd do zachodniego świata i odkrycie, że nikt tam nikogo nie ocenia po wyglądzie. Wszedłszy do sklepu Chanel czy Yves Saint Laurent w najbrzydszym, najstarszym dresie i tak spotykał się człowiek z doskonałą obsługą klienta, nieodstającą niczym od sposobu, w jaki potraktowana byłaby osoba w drogim futrze. Domniemanie było zawsze takie, że niezależnie od pozorów, ktoś może być po prostu ekscentrycznym milionerem, który lubi chodzić w swoim ukochanym 20-letnim, dziurawym swetrze. Wygląd nie zapowiadał tego, ile pieniędzy klient może potencjalnie zostawić w sklepie. I rzeczywiście, pod tym względem nic się nie zmieniło. Szkoda tylko, że również w Polsce trudno zaobserwować zmiany – upłynęły dekady, a my dalej oceniamy ludzi po wyglądzie. Mentalnie to dalej ten sam świat, z którego moja babcia wyjechała 40 lat temu. Ile razy zdarzyło wam się usłyszeć od poirytowanej ekspedientki, próbującej odwieść nas od dotykania, a nawet patrzenia na przedmioty w sklepie: „Te rzeczy są bardzo drogie”? Czyli po przetłumaczeniu: „Nie stać Cię na to biedaku, widzę po Twoim ubraniu. Odejdź i nie psuj opinii naszego sklepu”. Zdarzyło mi się w takiej sytuacji prosić o podawanie 10 różnych rzeczy, mierzyć, oglądać, rozbebeszyć cały sklep i pójść – gdyby to był świat *Pretty Woman*, wróciłabym się jeszcze pokazać z drogimi torbami z konkurencyjnego butiku. Ostatecznie jednak nie ma to chyba wielkiego sensu; zrobienie na złość konkretnej ekspedientce, która dzieli powszechną mentalność, raczej nie ma szans niczego zmienić. W Brukseli za to nie byłoby niczym dziwnym, gdybym ekspedient, posadziwszy mnie na poślaczanym fotelu, zdjął z mych stóp 15-letnie trampki, by na ich miejsce nałożyć mi nowy model Manolo Blahnika.

KOLOROWY PTAK – KOPENHAGA

Obserwacja Duńczyków była dla mnie kolejną fascynującą lekcją mody. Przede wszystkim okazało się, że typowe role społeczne są tam odwrócone pod względem płci. Najlepiej widać to na przykładzie włosów i dbałości o fryzurę. Fryzura „na Dunkę” to niedbały kok na czubku głowy, wyglądający jakby dopiero co wstało się z łóżka. I tak najprawdopodobniej było! Z kolei mężczyźni na układaniu włosów spędzają pewnie z godzinę dziennie: ich nienagannie przystrzyżone i ułożone fryzury są w istocie nienaruszalną skorupą, zabetonowaną tonami żelu, lakieru, pudru, i zapewne tuzinem innych specyfików, o których istnieniu nawet nie mam pojęcia. Z daleka robi wrażenie. Dotykać nie polecam.

Obywatele Danii wyglądają niezwykle zdrowo i naturalnie; spędzają sporo czasu na świeżym powietrzu, wszędzie dojeżdżają na rowerze, nie strasza im brzydka pogoda, cenią sobie sportowy, wygodny styl. Kobiety najczęściej ubierają się w luźne czarne ciuchy i nie noszą absolutnie żadnego makijażu – wygląda to całkiem fajnie, *au naturel*. Duńczykom psuje. Ja natomiast wyglądałam co najmniej jakbym była przybyszem z innej planety. Jasne, wszędzie jeździłam na rowerze, nosiłam płaskie buty, żadnym problemem nie było wyjście z domu w sportowej bluzie, ale w moich kolorowych bluzkach, kwiecistych spódnicach, wyrazistym makijażu oczu i podzwaniając pokaźną biżuterią stanowiłam sporą atrakcję, nierzadko powodując, że ludzie zatrzymywali się, prześlizgując po mnie nieco dłuższe niż powinny spojrzenie. Moim współpracownikom z biura bardzo się to podobało i zawsze mówili, że wreszcie ktoś wprowadził do pracy jakieś kolory i trochę życia. Ja nie zamierzałam rezygnować ze swojego stylu, nie przeszkadzało mi bycie krzykliwą barwną plamą na tle morza czarnych przechodniów.

PIŻAMY I DRESY – BIRMINGHAM

W Anglii spędziłam sporo czasu przez ostatnie 5 lat i po byt w tym kraju bardzo wiele mnie nauczył. Chociaż nie zachwyca mnie zwyczaj chodzenia na zakupy w piżamie

czy ciągłego noszenia dresów, a wszechobecną tutaj karykaturalną modę imprezowo-klubową uważam, szczerze mówiąc, za dość odrażającą (moja koleżanka lubi żartować, że angielskie dziewczynki mylą spódnicę z paskiem), to zdrowa dawka luzu (ok, niebezpiecznie zakrawającego o abnegację) znacznie zmieniła moje podejście do życia.

Nauczyłam się nie stroić na wyjście do pobliskiego sklepu, nie przejmować cudzą opinią i, najzwyczajniej na świecie, dobrze i normalnie czuć się we własnej skórze nawet w spodniach od dresu i prostej koszulce. Absolutnym przełomem było również nienoszenie stanika. Jako że moje piersi są bardzo małe, przez lata panicznie i kurczowo trzymałam się konieczności noszenia biustonosza, który przynajmniej formował jakoś sylwetkę i co nieco do niej dodawał. Nie nazwałabym tego może kompleksem, ponieważ uprawiam różne dyscypliny sportu i doceniałam też wygodę związaną z małym biustem, jednak w życiu nie wyszłabym z domu bez stanika, nawet chora do apteki za rogiem. Dzięki doświadczeniu mieszkania w UK temat w tej chwili spływa po mnie kompletnie, bardzo lubię chodzić bez stanika, uważam to za wygodne i w żaden sposób nieumniesząjące mojej pewności siebie.

W Anglii walczyłam też długo z nawracającymi problemami zdrowotnymi, m.in. dotyczącymi powiek, co oczywiście oznaczało, iż musiałam zrezygnować z pomalowanych oczu – mojego znaku charakterystycznego. Jeszcze 8-10 lat temu prędzej zapadłabym się pod ziemię, niż wyszła z domu bez makijażu, a obecnie maluję się codziennie do pracy, ale czasami w pośpiechu ograniczam się do maskary, natomiast w wersji weekendowej, w moim sąsiedztwie czy na jakieś wyjazdy i wycieczki daję skórze odpocząć i czuję się bez kresek na powiekach zupełnie normalnie. W najgorszym momencie zdarzyło się również, że z bardzo nieestetycznymi wyglądającymi spuchniętymi powiekami, bez grama makijażu musiałam chodzić na rozmowy o pracę i rozmaite spotkania. Na początku nie było to zbyt komfortowe uczucie, ale, paradoksalnie, z czasem dodało mi pewności siebie – jeden z cięższych okresów w moim



życiu bardziej niż cokolwiek innego nauczył mnie akceptować swoje ciało i czuć się pewnie we własnej skórze niezależnie od ubrań i makijażu. Ostatecznie doprowadziło to nawet do etapu (eksperymentu?), w którym zupełnie zrezygnowałam z makijażu na jakieś pół roku: sporo wtedy podróżowałam, byłam opalona, nosiłam luźne wakacyjne ciuchy, często bez stanika i utrzymywałam to jeszcze przez kilka miesięcy, nawet po powrocie do chłodniejszego regionu i bardziej formalnego otoczenia.

TERAZ?

Nie wiem, co teraz – chyba po prostu dalej robię swoje. Znowu wylądowałam w Anglii, więc można mnie spotkać bez stanika i w niezbyt estetycznym dresie, ale to raczej nieopodal domu. Do pracy jeżdżę na rowerze ubrana w przeciwdeszczową kurtkę, gumowe spodnie i kalosze. Swoją drogą kalosze są w panterkę, kupione kiedyś tanio i w nagłej desperacji. Panterka była zawsze moim najgorszym koszmarem, potem te kalosze, całkiem zresztą wygodne, tak trochę nosiłam ironicznie: fajnie, że chronią od deszczu, ale panterka słaba, prawda. Wydawało mi się, że moja ironiczna postawa jest oczywista, ale potem dotarło do mnie, że ludzie nie mają prawa tego przecież wiedzieć, bo i skąd. Teraz kompletnie mnie już to nie obchodzi; gdy ktoś komplementuje moje kalosze, na poważnie mu dziękuję. No i co z tego, że panterka...?

Wczoraj pierwszy raz od wieków dopadł mnie nastrój: „Rany, ale co ja mam właściwie na siebie włożyć?” Jechałam jednak na spotkanie z Ministerstwem Edukacji i Komisją Europejską, więc doznałam chwilowego zaćmienia pewności siebie. Ostatecznie oczywiście prędko przestałam się przejmować – ubrałam się na tyle formalnie, żeby nie popełnić gafy, ale równocześnie zachowałam swój styl: kolorową kwiecistą spódnicę i dużą biżuterię. Ja to ja i na pewno będę się lepiej czuła oraz z większym powodzeniem zaprezentuję swój projekt, czując się swobodnie i naturalnie. Warto trochę popodróżować, poobserwować ludzi, zrobić kilka eksperymentów, podjąć jakieś wyzwanie i wyzwolić się ze wszystkiego, co nie jest tak naprawdę ważne. W dresie czy w sukience Givenchy jestem tak samo wartościowym człowiekiem. To ciągle ja! 🌀



KAŚKA NOWACKA

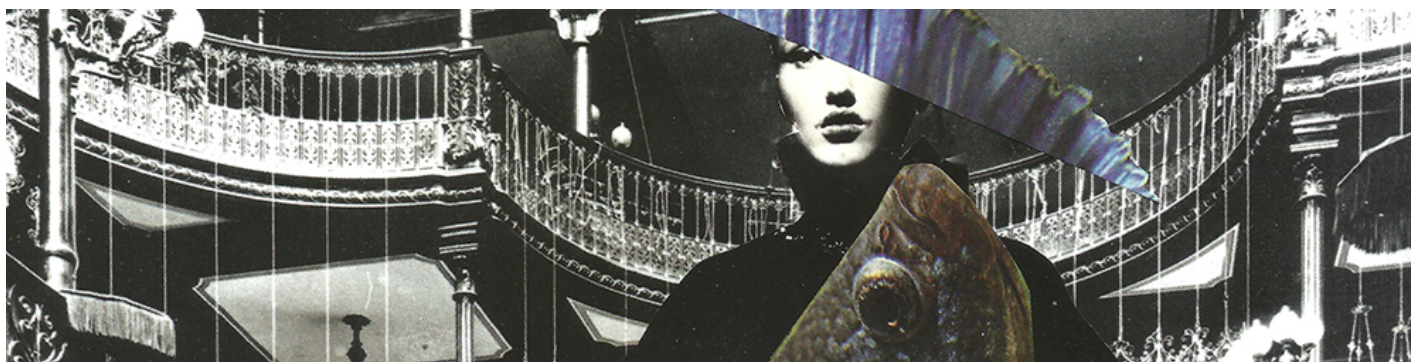
Krakuska, miastofilka, miłośniczka morza i żyraf, absolwentka filmoznawstwa. Interesuje się kulturą, podróżami i sportem. Ma słomiany zapał, ale dzięki temu ciągle się czegoś uczy.

IZA BUŁECZKA

Artystka i ilustratorka z Berlina. Najbardziej znana z geometrycznych postaci kobiecych. Inspirują ją ich smutki, fałdki i niedoskonałości, które w ilustracjach wyglądają doskonale. A kiedy nie rysuje, majstruje inne twórcze rzeczy, warzy eliksiry miłosne lub zwyczajnie włoczy się po mieście i węszy za najlepszym falafelem. (Instagram: @iza_buleczka, www: izabuleczka.com)



IZABUŁECZKA



JAK TY SIĘ WYRAŻASZ?!

Kiedy David Bowie mówił, że znajduje wolność jedynie w sferze własnej ekscentryczności, wiadomo było, że jego sceniczne makijaże i wyszukane stroje reprezentują postać, w którą wciela się na scenie. Jak to jest u osób, które nie budzą się rano jako Ziggy Stardust? Czy nasz strój też jest tak ważny? Czy coś wyraża?



IGA JÓZEFCZYK, MARCIN SZTYPA | MARTYNA FRIEDLA

Raczej nie. Co miałby wyrażać? Zaangażowania politycznego nie widać, a ci zaangażowani raczej nie ubierają się jakoś szczególnie. Można zaobserwować wyjątek w postaci odzieży patriotycznej, ale ta stylistyka została zawłaszczona przez mocno zestereotypowaną grupę.

Zakładanie koszulki, a raczej odzieży patriotycznej, bo oprócz koszulek pojawiły się już chyba wszystkie możliwe

części garderoby z motywami narodowymi, to chyba najbardziej jaskrawy przykład wyrażania poglądów poprzez ubranie. Ale jedyny? Większość grup skupionych wokół jakiejś ideologii ma swoje kody i nie zawsze są to napisy na T-shirtach.

Zgoda. Możemy zauważyć różnice, ale czy jesteśmy w stanie coś z tego wyglądu wyczytać?



FRIEDLA

Możemy. Różne części garderoby mogą stanowić jednoznaczną deklarację. Różowa *pussy hat* czy czarna parasolka to symbole ruchów kobiecych, a przecież do niedawna nie reprezentowały nic, co by wykraczało poza ich standardową funkcję.

Oczywiście T-shirt to wciąż ważny nośnik poglądów – Benedict Cumberbatch w koszulce *That is what a feminist looks like* czy koszulka *We all should be feminists* z pokazu Diora to już ikony. Jednak jak w przypadku przywołanych koszulek patriotycznych – to może być moda na deklaracje, za którymi niewiele idzie. Czyli zgadujemy – możemy domyślać się jedynie, jakie poglądy ktoś chciał wyrazić poprzez swój strój.

Kiedyś było wiadomo, jak wygląda punk, a jak skin. Nawet fani Depeche Mode dorobili się statusu subkultury, a ich wygląd był, poza słabością do tej muzyki, głównym jej spoiwem. Co można wyrazić butami z wiadomą literą na boku? Albo koszulką z logo producenta, zajmującym całą powierzchnię między szyją a pępkiem? Przynależność do jakiej grupy?

Fakt, muzyczne stronnictwa nieco się wymieszały. Wchłonęła je popkultura, w końcu w H&M można kupić i koszulkę z Lennonem, i poszarpany T-shirt Kiss. Ale to samo stało się z subkulturami – czy są jeszcze osoby, dla których wyznacznikiem tego, jak należy żyć i wyglądać, jest konkretny nurt muzyczny? Chyba nie. I moim zdaniem to całkiem przyjemne, że ubranie się trochę odideologizowało muzycznie. W zależności od nastroju można być tym, kim się chce.

Pozostaje kwestia logo. Można uznać, że to deklaracja bezideowości, ale czy to do końca tak? Dla mnie obran-dowane ubranie pokazuje, co porusza naszą wyobraźnię. Widzimy Nike – just do it! Calvin Klein? Bajkowe życie Beckhamów. Chanel? Jesteśmy filią Paryża w mniejszym, nudniejszym mieście. Logo niesie ze sobą historię i daje nam przynależność do innego świata. A choćbyśmy nie wiem jak zadowoleni byli z naszego dotychczasowego życia, lubimy marzyć o czymś innym. Zresztą czy to takie ważne, żeby strój wyrażał nasze poglądy?

Nie wiem, czy z dzisiejszej perspektywy to jeszcze istotne. To była jakaś deklaracja przynależności do konkretnej grupy. Obecnie takich deklaracji raczej się nie składa.

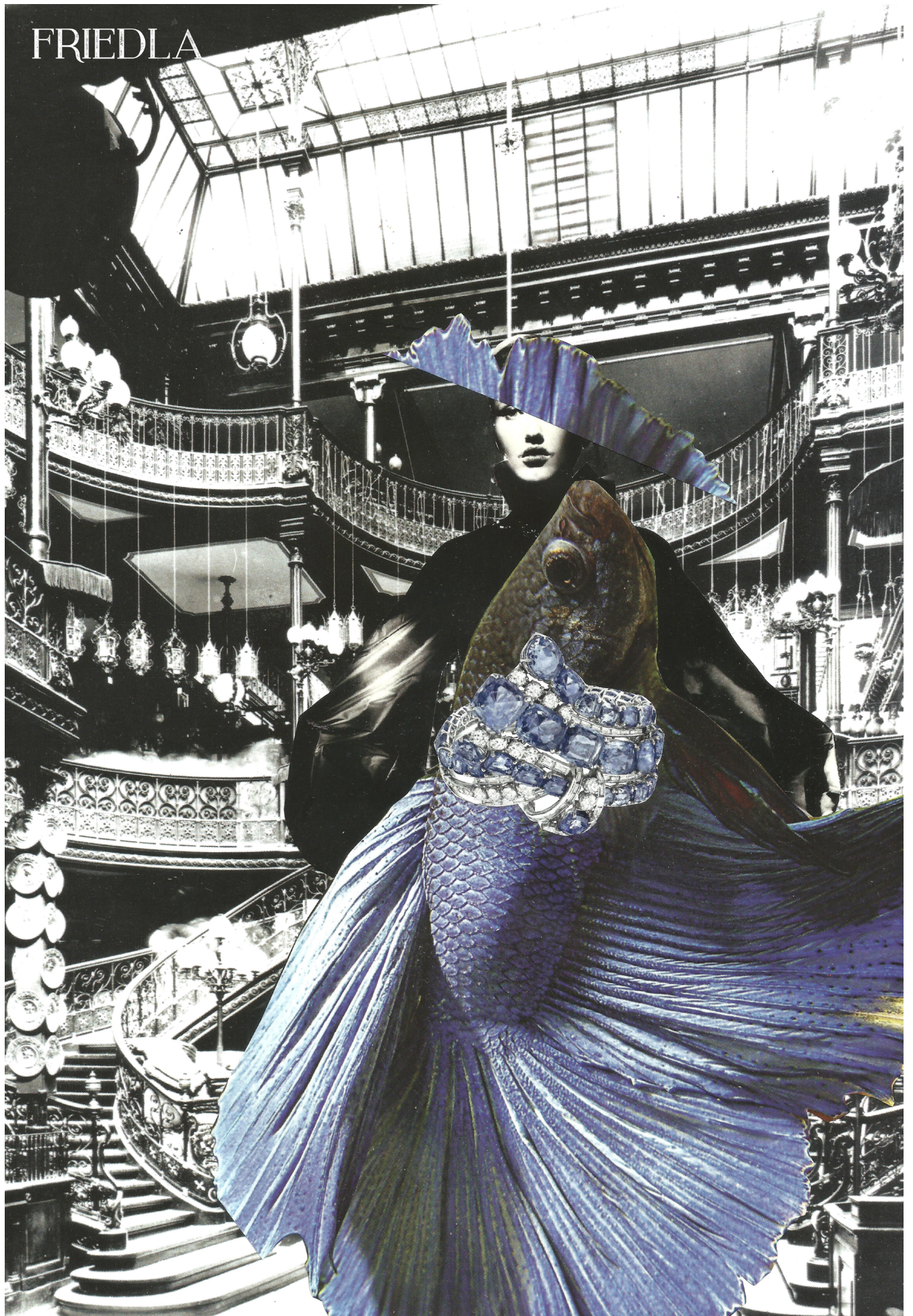
Czyli dzięki ubraniu członek subkultury wiedział, kim jest i z kim jest. I wiedział też, że jeśli będzie zadawał się z kimś nieodpowiednio ubranym, może być wykluczony z grupy. To z jednej strony wzmacniające, bo ma się za sobą zżytą grupę, a z drugiej bardzo ograniczające. Kilka uchybień strojem i traci się pozycję i rolę w społeczności? Wielkie loga są chyba bezpieczniejsze.

Bezpieczniejsze, bo mówią tylko „stać mnie”. Myślę, że poświęcamy wyjątkowo dużo uwagi temu, jak wyglądamy. Kiedyś kwestia budowania wizerunku dotyczyła tylko osób publicznych, artystów. Dziś większość z nas kreuje własny image.

Ubiór jest formą komunikacji, często nieświadomej. Z tego, jak człowiek jest ubrany, możemy przecież sporo wyczytać. Oczywiście nie wszystko w tej materii jest takie jednoznaczne. To, że ktoś nosi ubrania stylizowane na wojskowe czy nawet autentyczne elementy umundurowania, nie musi oznaczać jego fascynacji militariami, a jedynie być najzwyczajszym pragmatyzmem. Ubrania wojskowe są trwałe i wygodne – ot i cała zagadka. Jednak zameldowanie się na imieninach teściowej w bojówkach najprawdopodobniej będzie odebrane jako nietakt czy nawet brak szacunku. Jakoś pechowo się złożyło, że stroje eleganckie raczej nie należą do najwygodniejszych. Jasne, że do pewnego stopnia, jest to kwestia przyzwyczajenia, ale koszule slim-fit pod ciasno przylegającymi marynarkami nie zapewniają tej samej wygody, którą dają tylko nieco bardziej obcisłe stroje sportowców. Jednak eleganckim strojem podkreślamy rangę jakiegoś spotkania – czy to biznesowego, czy całkowicie prywatnego. Efektem takiego podejścia do wyglądu jest pewien dyskomfort, spowodowany ubieraniem masek dopasowanych do okoliczności.

Tak, maski, czyli właśnie ten *image*, mogą uwierać, ale dają też profity. To sygnał, że pasujemy i możemy za to dostać nagrodę – na przykład poczucie przynależności.

FRIEDLA



Nie wiadomo, kiedy strój wyraża swojego właściciela, a kiedy jest wynikiem dopasowania się do obowiązujących norm społecznych.

Wyciągnę z tego wniosek – niekoniecznie musimy zatem oceniać ubranie każdego, z kim się stykamy. No, chyba że pod kątem estetycznym, ale to też możemy zostawić dla siebie. Tak czy inaczej, nie każdy symbol to przysięga wierności danej ideologii albo odwrotnie – maska, w której nie ma odrobiny prawdy o człowieku.

Wyrażanie siebie strojem nie musi przecież być czymś bardzo głębokim, ideologicznym. Czasami jakimś drobnym elementem stroju czy biżuterią przekazujemy otoczeniu informacje na swój temat. I w zasadzie możemy przemycić coś osobistego nawet w stroju wymuszonym przez okoliczności. Możemy na przykład z garniturem zestawić sportowy zegarek, by pochwalić się swoim hobby.

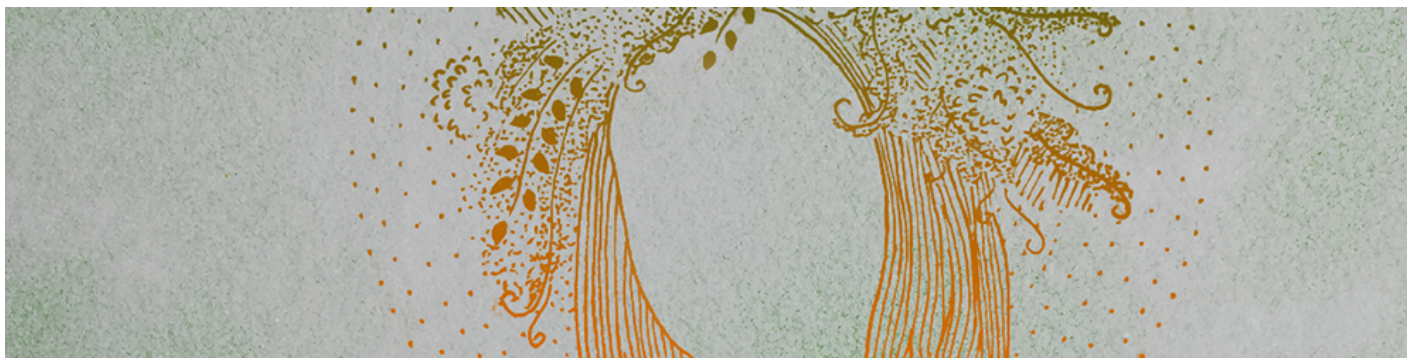
A nawet jeśli nie biegamy, i tak go założymy.

Jasne. Przecież wygląda fantastycznie.

Copywriterka, czytelniczka, studentka dziennikarstwa. Z charakteru Hermiona Granger.

Mąż i ojciec. Na co dzień handlowiec i obserwator otoczenia - głównie zjawisk bez znaczenia. Od święta student dziennikarstwa.

Doktorantka kulturoznawstwa na Wydziale Filologicznym Uniwersytetu Opolskiego, specjalistka ds. pracy artystycznej w Opolskim Teatrze Lalki i Aktora im. A. Smolki. Koláže w obecnej formie tworzy od 2016 roku.



W POSZUKIWANIU TĘCZY

Jestem dziewczyną z bloku i mam 14 lat. Mam też: szare dresy z dwoma paskami (te z trzema były uznawane przez moich rodziców za fanaberię), ortalionową kurtkę – jakieś pięć rozmiarów za dużą, i uczę się używać za ciemnej konturówki do ust. Na nadgarstkach mulinowe przeplatanki, na szyi wisiorek–smoczek, na którym to gdyński rynek zbija fortunę, bo tę specyficzną biżuterię pragnie zakupić każda maślana z mojej podstawówki. Jest końcówka lat 90.



NATALIA HENNIG | LILIANA DMYTREK

Na szafie jednak leży coś niespotykanego wśród nastolatek pokolenia Y: słomkowy kapelusz. Nieco później, nie zważając na kpiny rówieśników, zakładałam go na cześć pewnej piwnicznej artystki. Pojawiła się ona na świecie ostatniego dnia lata, gdy światło powoli zaczyna nabierać rdzawego koloru, a słomkowe nakrycia głowy coraz krócej widują słońce. W wieku 14 lat i 6 miesięcy widzę ją po raz pierwszy na scenie, a 18 lat później nadal dokładnie pamiętam smukłą kobietę w bieli, z rozpuszczonymi rudymi włosami i bukietem liliowych dzwonków w objęciach, kłania-

jącą się na scenie Teatru Muzycznego w Gdyni. Na bilecie widnieje: „Anna Szalapak”.

CZERNÍ

Na początku zawsze jest ciemność. Czasami jednak z czerni i dymu, z mroku podziemi, z duchoty i chaosu wyłaniają się cherlawo migoczące płomyki świec, pianino i mała scena, a wśród pokasływań, brzęku szkła i chichotu da się usłyszeć brzęczenie dzwonka. Tak powstała w Krakowie Piwnica pod Baranami. A z niej (pozbawionej początko-



ONA BYŁA
TAKIM
UNIESIENIEM,
UNIESIENIEM NA
SCENIE. ONO
BYŁO W TYM,
CO ŚPIEWAŁA
I JAK ŚPIEWAŁA.
WYDAWAŁO SIĘ,
ŻE ONA JEST
TAK ODROBINKĘ
NAD TĄ SCENĄ
UNIESIONA.

wo elektryczności) wychylają się nie dzikie stwory ani potomkowie smoka wawelskiego, lecz artyści. W 1979 roku pojawia się w kabarecie Anna Szałapak. Występuje najczęściej w ciemnym stroju, śpiewając m.in. *Czarną sukienkę* – piosenkę z czasów zaborów, traktującą o trudnym losie pozbawionej wolności Polski, wówczas znowu aktualną. Już ta jedna z pierwszych pieśni w jej wykonaniu wpisze się na dobre do polskiej kultury: wiele lat później, w 2016 roku, będzie jednym z elementów audio prezentowanym na wystawie „Biel? Czerń? Czerwień?” w Muzeum Etnograficznym w Toruniu. Zanim jednak to nastąpi, cała Polska, a więc i piwniczni artyści, przechodzą przez polityczne zawirowania od festiwalu Solidarności po stan wojenny. W 1986 roku Zygmunt Konieczny pisze z Agnieszką Osiecką songi do adaptacji *Sztukmistrza z Lublina* dla wrocławskiego Teatru Współczesnego, jednocześnie udostępniając utwory Annie Szałapak w kabarecie. Wśród kompozycji są *Białe zeszyty* oraz *Grajmy Panu*. Artystka traktuje to jako pretekst do wymarzonej już metamorfozy – zmienia kolor sukni na biały. Niebawem tak w kraju, jak i na scenie staje się jasność!

BIEL

W jednym z telewizyjnych wywiadów artystka opowiada o szkolnych balach oraz o mamie, która z ogromną starannością przygotowywała jej stroje na przedstawienia i uroczystości. Szałapak będzie pielęgnować ten zwyczaj i konsekwentnie przestrzegać raz przywdzianego jasnego ubrania, który stanie się znakiem rozpoznawczym piosenki.

Według badań z zakresu socjologii i psychologii barwa jest jednym z elementów bardzo mocno wyrażającym oraz stwarzającym tożsamość jednostkową. Jak pisze Krzysztof Jurek (*Znaczenie symboliczne i funkcje koloru w kulturze*), „ubiór, dobrane kolory, barwy, kontrasty ich zestawień komunikują otoczeniu preferowane przez nas wartości, normy, wzory zachowań”. Kobiety pozytywnie odbierają, a więc i stosunkowo

często wybierają jako kolor swojego stroju biel. W europejskiej kulturze symbolizuje ona czystość oraz niewinność, jest barwą aniołów i apostołów. Konotację z nieziemskimi istotami dostrzegła Agnieszka Osiecka, ukuwając o piosenkarce określenie „Biały Anioł”. W *Rozmowach w tańcu* pisała o niej: „Biała suknia, białe skrzydła, srebrzystobiałe intencje, białe kwiaty, biała dusza. (...) Białość, biel, anielskość. I do tego barwa głosu – szklana, ale szorstka, poważna, ale powabna”. Anielski przydomek przylgnie do Anny Szałapak, będzie powtarzany w niezliczonych artykułach i koncertowych zapowiedziach, a znajomi zaczną obdarowywać ją figurkami aniołów.

Aniołów, które przecież nie przynależą do ziemskiej egzystencji, lecz do niebios. Tak samo jak i biel symbolizują życie w świecie idei, oderwanie od rzeczywistości. Tę cechę u artystki dostrzegł Artur Andrus w audycji poświęconej jej osobie: „Ona była takim uniesieniem, uniesieniem na scenie. Ono było w tym, co śpiewała i jak śpiewała. Wydawało się, że ona jest tak odrobinę nad tą sceną uniesiona. Taki niezwykle klimat stwarzała podczas występów. Nic więc dziwnego, że tak się w niej zachowywali autorzy, a zwłaszcza autorki – Agnieszka Osiecka i Ewa Lipska – tekstów, a także kompozytorzy”. Strój był niewątpliwie jednym z elementów tworzących wspomniane wrażenie, nie tylko podczas koncertów. Sposób noszenia się Anny Szałapak stanowił również środek manifestowania wizji sztuki oraz scalania jej z codziennym życiem. Estetyczna biel i efemeryczność konsekwentnie zacierały granicę między szarą codziennością a odświętnością występów.

Poza uniwersalną symboliką bieli warto w kontekście tej artystki wspomnieć o jeszcze jednym bardziej lokalnym znaczeniu tego koloru: tworzy on flagę Krakowa (wraz z niebieskim). Anna Szałapak była wybitną znawczynią i miłośniczką swojego miasta, zawodowo oraz naukowo zajmowała się fenomenem szopki krakowskiej. W *Legendach i tajemnicach Krakowa* (2005) pisała o niej, że w magiczny sposób łączy niebo z ziemią. Miała rację – zimą 2017 roku Anny Szałapak już z nami nie ma, a jednak można ją nadal spotkać na pokonkursowej wystawie szopek, tym razem jako jedną z włączonych do budowli postaci.

Na koncertach kolęd z szopką krakowską w tle śpiewała swój tekst *Noc tajemna*: „Opłatków biel, znów zblednie czerń / Na zgodę. / Oświeci nas czuły ognia blask, / zapowie pogodę”. W symboliczny sposób czerń ustępuje tutaj miejsca bieli. Tak jak w Boże Narodzenie, tak jak w jej życiu, tak jak w jej stroju.

RUDY

Światło i mrok spotykają się również na jednej z najbardziej znanych fotografii Anny Szałapak autorstwa Michała Pasicha. Zdjęcie należy do cyklu „Pejzaż z portretami”, na których znane krakowskie osobistości odtwarzają sceny z obrazów mistrza światłocienia – Rembrandta. Anna Szałapak została wystylizowana na postać z płótna *Saskia jako Flora*. Spod zielonego wianka na ramiona opadają jej rude włosy. Również Anna Świdecka uwieczniła artystkę wraz z jej atrybutami: wspomnianą białą suknią, długimi, rzyżymi włosami oraz mikrofonem i kotem. Oglądając oba dzieła, nie sposób oprzeć się skojarzeniu z preraphaelitami, którzy tak często portretowali na swych obrazach piękne, rudowłose kobiety. Z jednej strony malowane przez nich bardzo realistycznie, z drugiej z naddanymi symbolicznymi czy wręcz mistycznymi elementami, łączyły w sobie dwa wymiary: realny i baśniowy. Fryzura jako sposób artystycznej ekspresji w przypadku Anny Szałapak osiąga wymiar niemal mityczny za sprawą jednej z piosenek. Artystka wykonywała *Annę Csillag* – opowieść o kobiecie, która stworzyła specyfik na porost włosów. W trakcie wykonywania utworu Anna Szałapak targała swoje rude włosy, stając się prawie jednością z bohaterką pieśni.

Ważne jest jeszcze, co na tych rudych włosach spoczywało – kapelusz. Hanna Bakuła na swoim blogu tak wspomina mieszkanie artystki: „W jej przedpokoju, na wieszakach wisiały białe okrycia, płaszcze, kurtki, swetry i marynarki. Nad nimi unosiły się białe kapelusze, o różnych rondach, przybraniach, woalach i wstążkach. Ania miała twarz kapelusзовą, o ile kapelusz był biały, a innych nie uznawała”. Podobnie twierdzi Michał Półtorak: „Ania miała kapelusзовą twarz, świetnie w nich wyglądała, kapelusze był też elementem scenografii” [R. Radłowska, *Biały Anioł jedzie w trasę*, „Gazeta Wyborcza”, 20.10.2017]. Najczęściej kupowała je u Zofii Mikuliszyn na ul. Św. Tomasza, w jej kolekcji znajdował się też



dającym deszczem” [*Ale my żyjemy jeszcze*, sł. Ewa Lipska]. Tylko takich artystów pamięta się po osiemnastu latach.

Tylko tacy artyści stają się legendami.

Anna Szałapak była wybitnym etnologiem, doktorem nauk humanistycznych i zapewne korzystając ze zdobytej wiedzy, świadomie kształtowała swój wizerunek. Strój, tak jak jej twórczość oraz zainteresowania naukowe, nie podlegał zmiennym modom. Anna Szałapak pozostawała wierna sobie, a to najtrudniejsza w dzisiejszym świecie ze sztuk, wymagająca wobec dyktatu lajków i zasięgów nie tylko silnej woli, ale i często odwagi rezygnacji z popularności w głównym nurcie. Tak jak biel jest syntezą kolorów tęczy, tak Anna Szałapak dokonywała syntezy sztuk. Powiedzieć, że było to połączenie jedynie dwóch artystycznych dróg: muzycznej i wizualnej – to mało. Potrafiła również tchnąć ducha artyzmu w naukę, a nawet w codzienność, stając się niepowtarzalnym elementem krakowskiego pejzażu.

Możliwe, że uprawiała rzeczoną syntezę sztuk, ale możliwe też, że sama była sztuką. Tworząc w bieli, rozwieszała dla swej publiczności zamiast tęczy – „nadzieje ponad pa-

Koleżanka ze studiów Adasia Miauczyńskiego, której jednak młodość w bibliotekach nie zniechęciła do literek. W wolnej chwili oślepia świat lampą błyskową, co opisuje i pokazuje na swoim fotoliterackim blogu www.blyskiklik.com

Absolwentka pracowni plakatu ASP Katowice. Miłośniczka królików, chartów, kropek, no i oczywiście ilustratorka.
instagram.com/rogaty_krolik

Kiedy rozpoczął się rok 2018, na fali trwających od miesięcy protestów wszelkiej maści, nie mieliśmy nadziei, że cokolwiek dobrego może nas, Polski Naród, spotkać. A tu proszę – niespodzianka. To znaczy niespodzianka kontrolowana i zapowiadana, ale to nie umniejsza podniecenia, które zapanowało, kiedy z okazji Walentynek w polskich kioskach pojawił się „Vogue”.

32 |

Prawdziwy, nasz, polski. Podkreślała to szara okładka, na której widniały Anja Rubik i Małgosia Bela na tle osnutego smogiem Pałacu Kultury. No i się zaczęło. Za mało polsko to źle, ale za bardzo też nie za dobrze. Najlepiej, żeby polskość naszą w blichtr wprzęgać, a martyrologia niech się czerwonym brokatem mieni. Nie spodobała się okładka, wewnątrz średnio – pierogi, Wałęsa, Anja na ziemniakach, a to wszystko przeplatane dziesiątkami reklam *high fashion*. Trochę ironiczne spojrzenie z zewnątrz, ale brutalny realizm estetyki codzienności zgrzyta, kiedy zestawia się go z wyidealizowanym obrazem tego, do czego chcemy pretendować. „Vogue” zaczął więc autoironicznie – nie tylko wobec własnej polskości, ale także wobec wszelkich skojarzeń, które niesie za sobą tytuł. Emocje opadły, a na rynku zaczęły pojawiać się kolejne numery „biblii mody”. I prędko okazało się, że „Vogue” jest jednak *vogue* i przypomina inne zagraniczne edycje. A choć reklamodawcy w Polsce są raczej mniej szczodrzy, to wciąż jest to to miszmar – radość dla oka marketingowca. Wszystkie kampanie reklamowe w jednym miejscu! Polska wersja ma do zaoferowania także dość porządną ilość treści, co jednak nie jest to normą w przypadku zagranicznych edycji – wystarczy spojrzeć na jedną z najsłynniejszych, czyli „Vogue Italia”. Ja właśnie w sprawie tej treści.

Dopełnił się bowiem format tytułu, który na całym świecie jest orędownikiem nie tylko galopującej próżności, jak chcieliby niektórzy, ale i praw kobiet, mniejszości, wolności, demokracji i wszystkiego tego, o co maszerujemy i pikietujemy. Mógł to być szok dla tych, którzy poza artykułami na Pudelku, donoszącym o kolejnej polskiej modelce na okładce „Vogue Antypody”, nie mieli do czynienia z ekskluzywnym tytułem Condé Nast. Pozostałych nie dziwi, że Filip Niedenthal w niemal każdym editoriale podkreśla misję pisma i nie tylko pokazuje ładne twarze, ale opowiada także ich historie. Nie dotyczy to jedynie słynnych nazwisk, takich jak Adwoa Aboah, która opowiedziała o swojej aborcji w czerwcowym numerze, ale też trochę mniej znanych, jak badaczka Joanna Talewicz-Kwiatkowska. Historia jej romskich korzeni i dyskryminacji, z którą się spotkała, inspirowała w trzecim numerze pisma. „Vogue” rozmawia również z nieznanymi szerszej publiczności osobami – działaczami LGBTQ, młodymi dziewczynami zaangażowanymi w dzia-

łalność społeczną, aktywistami działającymi w lokalnych społecznościach. Nie każdy tekst mieści się w drukowanej wersji pisma, ale strona internetowa tytułu jest ich pełna.

To wszystko absolutnie godne podziwu, a więc biję pokłony i czytam. Ale czytam z lekkim poczuciem absurdu. Kto czyta „Vogue Polska”? Nie wiem, jak realnie wygląda sprzedaż pisma, ale odliczając blogerki, które *fancy* okładki traktują raczej jako uzupełnienie kompozycji na kolejnym *flat lay*, ludzi układających kilka numerów obok albumów ze sztuką na minimalistycznych stolikach o maksymalistycznych cenach i ułamek tych, co kupili, by przejrzeć – liczba nie jest zbyt imponująca.

Owszem, „Vogue” z definicji nie jest dla wszystkich, co podkreśla cena – numer kosztuje 16,90 zł. Ale jakiś czas temu pomyślałam o nim jak o metaforze tej naszej cudnej polskości. I od tej pory mi trochę smutno i dziwnie, bo równość i wolność zdaje się sprawą obchodzącą nielicznych – tyłu, ilu czyta „Vogue’a”, i tyłu, ilu ma siłę krytykować, że pismo nie dość się angażuje w „sprawę”. Wszystko rozbija się o to, czy stać nas na bycie zaangażowanym w wolność. Czy stać nas na sprzeciw i na opowiedzenie się po stronie tej „sprawy”. Równość jest więc dla bogatych? Może nie aż tak. Ale na pewno dla zaspokojonych. I dla tych, którzy są bardzo odważni. A ilu ich jest?

Polska. Na samej górze celebrycka brać, zbyt popularna nawet, aby pojawić się w „Vogue’u”. Potem ci, którzy się tam pojawiają. Wyższa klasa średnia, artyści, bohema, ci, o których myślimy, że są godni podziwu, i zazdrościmy im, dopóki nie dowiemy się, na czym dokładnie polega ich praca (pracownicy sektora kultury zapewne wiedzą, o co mi chodzi). Potem po prostu klasa średnia, czyli „stać mnie na drogą gazetę, kawę na wynos i wakacje raz-dwa razy do roku, ale torebki od LV to se obejrzę na obrazku”. Tutaj kończą się czytelnicy biblii mody. Dalej: sfrustrowani tym, że ich życie nie wygląda tak, jakby chcieli, ale z lenistwa, lęku lub wyuczonej bezradności nic z nim nie robią. Jeszcze dalej: podobnie sfrustrowani, którzy nie widzą dla siebie nadziei, bo są odpowiedzialni nie tylko za siebie, ale też za innych (dzieci, rodziców, chorych), więc każdy ruch mogłoby mieć za duże konsekwencje. Potem najbiedniejsi.



- Wal, co uważasz. Byle nie Maryjka – Wiktoria podciąga rękaw kwiecistej sukienki i wkłada rękę za wielką, czarną kurtynę. Wygląda jak fotobudka hrabiego Drakuli. Wokół tabuny ludzi i plakaty promocyjne tatuatorów. Wiktoria potrząsa swoimi lokami w miodowozłotym odcieniu i przekrzywia głowę. Z profilu szczuplej, wiadomo. Pstryk! Szybki filtr, ale nawet niespecjalnie trzeba, bo dobre światło. I wrzutka na Insta.

36 |

Stoimy w samym środku tattoo konwentu. Jedyne miejsca w małopolskim, gdzie tyle samo co zdjęć robi się dziar. Na tego typu konwenty raczej nie przychodzą ziomki bez tatuaży i kont na Instagramie. Fajka w zębach też jest mile widziana. I wolny wieczór na afterparty, najlepiej na jakimś *fancy* dachu. Witamy.

Nad głową Wiktorii, która zgarnęła już 40 lajków na Insta (dobry współczynnik konwersji, ładnie trafione tagi), zapala się i gaśnie neon „Dziara w ciemno”. Przed konwentem sprawdzasz tatuatorów, przeglądasz ich prace w necie i szukasz takiego, którego styl ci pasuje. Potem umawiasz się na konkretną godzinę. I już. Jedyne co, to nie do końca wiesz, co i jak ci robi, tłumaczy Wiki, mrużąc oczy w świetle zachodzącego słońca. Ma więcej piegów niż tatuaży, ale zdecydowanie uwielbia te drugie. To jej pierwsza dziara w ciemno. *Hardcore* za pół ceny, jazda bez trzymanki, akcja dla starych wyjadaczy.

- Oczywiście są tatuatorzy, którzy gustują w jakimś konkretnym wzorze i wtedy możesz spodziewać się właśnie tego motywu. Na przykład w ćmach. Moja koleżanka, bardzo młoda, obiecująca tatuorka, ma teraz wielką zajawkę na ćmy. Mówi, że są ciekawsze niż motyle, bo raz, że bardziej tajemnicze, a dwa, że o ciekawszym kształcie. Poza tym wytatuowane kolorowe motyle są jarmarczne i nie pasują każdemu, a dobrze wycieniowana ćma to klasa sama w sobie – trochę krzywi się z bólu, przedramię to jedno z bardziej bolesnych miejsc.

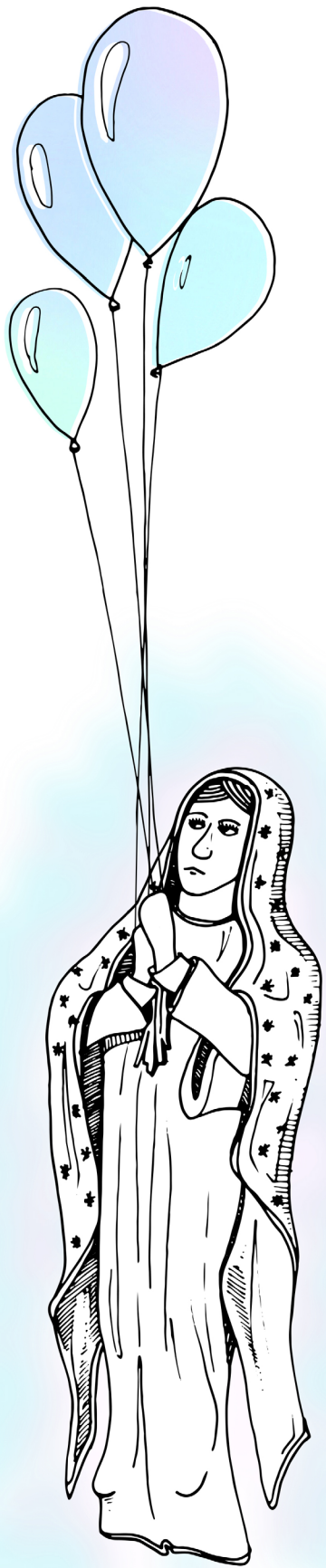
Na fali są też, klasycznie, koty, wilki, jelenie, ale im ciekawsza i dziwniejsza aranżacja – tym lepiej. Tatuowanie już dawno stało się sztuką i tatuatorzy nie chcą powielać oklepanych motywów, nie mówiąc już o kopiowaniu czyichś tatuaży. Wielu tatuatorów ma na swoich Instagramach, gdzie najczęściej prezentują prace, adnotację, że nie odwzorowują gotowych wzorów. Ci, którzy takiej informacji nie zamieszczają, uważają, że rozumie się samo przez się.

Coraz częściej odbywają się też „castingi na wzory”, szczególnie w przypadku największych gwiazd tatuażu, czyli takich, które *booking* na dany rok zamykają koło lipca. Jeśli wiesz, że tatuorka ma styl graficzny, jakby

szkicowała ołówkiem, to raczej nie umówisz się u niej na oldschoola. Jeśli specjalizuje się w twarzach i motywach kwiatowych, możesz za to liczyć, że zaakceptuje pomysł dziarki twarzy dziewczyny, z której wyrastają kwiaty.

Ostatnio byłam świadkiem, jak młoda dziewczyna chciała umówić się na dziarę w jednej z większych tatuatorskich korporacji w Krakowie. Dwadzieścia kilka lat, włosy do pasa, trampki za kostkę, czarna, oversizowa sukienka. Ale na tatuaż miała gorszy pomysł niż na siebie. Chciała dziabnąć sobie na karku dmuchawca rozdmuchiwanego przez wiatr, a frunące pyłki miały przekształcać się w jaskółki. Jak ciął, okładka *Wichrowych wzgórz* z lat 40. Laseczka z recepcji wysłuchała, pokiwała głową i wytłumaczyła całkiem spokojnie, że to strasznie oklepany wzór i że chyba nie warto sobie fundować czegoś takiego na najbliższe 80 lat życia, a jednocześnie pokazała klientce przykłady innych kwiatów. Ta przekonała się do zaproponowanych maków równie szybko, co weszła do studia. Zostawiła imię i stówkę zaliczki. W zamian dostała kartonik z imieniem tatuatora i godziną. Przez pół godziny po jej wyjściu odchodziły heheszki z sali, że „jak ktoś mógł chcieć wytatuować sobie taki badziew”, że „zwała po całości”, że „wzór knot”. Że lepiej już iść za ten hajs na ciężki melanż albo jechać w wakacje do Belgii, plewić poziomki, niż chodzić z takim błotem na karku.

Także są wzory godne śmiechu i wzory godne uwagi. Sama zrobiłam sobie ostatnio flesza, który jeszcze wtedy był szalenie oryginalny. Mam cichą nadzieję, że wciąż jest. Flesze opłacają się pod każdym względem: są tańsze, bo nie płacisz za czas tatuatora, który rysuje Ci Twój własny wzór. Poza tym od początku masz świadomość, jak będzie wyglądała dziarka, a nie dowiadujesz się o jej kształcie dopiero przed samym wykonaniem. Każdy flesz jest też unikatowy, bo tatuator nie może zrobić dwóch takich samych, oczywiście poza wyjątkowymi sytuacjami i na wyraźne życzenie klienta, na przykład dla zakochanej pary lub dwójki przyjaciół. Mój flesz przedstawia walenia podwieszonego na balonach. Wszystko zrobione cienką igłą, fajny poziom precyzji jak z dobrego, lekko psychodelicznego komiksu. Balony w kolorze pastelowej mięty, wykończone białymi kropkami, w które nikt nie wierzył, że się ładnie wygoją. Dziwna, oryginalna, nieszablonowa. Właśnie w tym kie-



G 2008

Tymczasem Wiktorię boli już trochę ręka, chociaż trzyma ją na specjalnie przygotowanej w tym celu podpórce po drugiej stronie czarnej zasłony. Maszynka bzieży już drugą godzinę, a skóra jest zwyczajnie zmęczona. W końcu! Gaśnie. Przetarcie wodą oczarową, zmniejszającą wysięk. Wiktoria z pietyzmem dobywa rękę zza zasłony. Na przedramieniu radośnie widnieje Matka Boska, ukwiecona deli-

AGATA WIECZOROWSKA

Filolog języków obcych (angielski) i bardzo obcych (portugalski i rumuński). Pochodzi z Zielonych Płuc Polski. Na studia przeprowadziła się do Krakowa. Pracuje w korporacji, w wolnym czasie czyta Muminki i prowadzi blog: kaluzeiroze.com.

MATEUSZ GAWRON

Od rysunku architektonicznego na Wydziale Architektury Politechniki Warszawskiej rozpoczął swoją drogę przez przez
zawiłości ilustracji i grafiki. W swoich ilustracjach stara się odnaleźć perfekcyjną kreskę oraz to, co naprawdę ładne.
Jego prace znaleźć można w różnorodnych gazetach, na kilku blogach oraz jak na razie w jednej książce.



KRZYK MODY



PAWEŁ TOMANEK





















PAWEŁ TOMANEK

Zafascynowany fotografią uliczną, gdzie próbuje kierować się zasadą „im mniej, tym lepiej”. W ludziach i sytuacjach na pozór zwyczajnych stara się odnajdywać historie oraz zapraszać innych do ich poznania. Uwielbia godzinami włączyć się po ulicach w poszukiwaniu wkomponowanych w miejską tkankę ludzi, którzy pomimo wykonywania codziennych czynności w jakiś sposób są niezwykli. Minimalizm, symetria oraz elementy geometryczne - prosta forma, czystość przekazu, czasem również niedopowiedzenia. Ciągłe poszukiwanie własnego stylu.