maska

42
2/2019

magazyn antropologiczno-społeczno-kulturowy

ISSN: 1898-5947



moda

maska

magazyn antropologiczno-społeczno-kulturowy

42 (2/2019)

moda

Kraków 2019

„Maska" nr 42 (2/2019)
Kraków 2019

ISSN: 1898-5947
Nakład: 100 egzemplarzy
Egzemplarz bezpłatny

„Maska" jest recenzowanym czasopismem naukowym. Zgodnie z wymogami MNiSW pełna lista recenzentów artykułów w danym roku jest dostępna na stronie: www.maska.psc.uj.edu.pl/maska/listy-recenzentow.

Wszystkie teksty i materiały ilustracyjne (jeśli nie podano inaczej) udostępniane są w trybie otwartym z zachowaniem praw autorskich w użyciu niekomercyjnym (Creative Commons BY-NC 4.0).

Pełne teksty oraz streszczenia opublikowanych prac są dostępne online w międzynarodowej bazie danych The Central European Journal of Social Sciences and Humanities (cejsh.icm.edu.pl).

Adres redakcji:
ul. Grodzka 52
II piętro, s. 102
31-044 Kraków
redakcja.maska@gmail.com
www.maska.psc.uj.edu.pl

Publikacja finansowana przez:
RADA KÓŁ NAUKOWYCH UNIWERSYTETU JAGIELLOŃSKIEGO

Druk:
AT Wydawnictwo
www.atwydawnictwo.pl

Redaktor naczelny:
Adam Woźniak

Redaktorki prowadzące numer:
Katarzyna Kleczkowska, Agnieszka Urbańczyk

Kolegium redakcyjne:
Marta Błaszkowska
Tomasz P. Bocheński
Dominika Ciesielska
Agnieszka Kiejziewicz
Katarzyna Kleczkowska
Igor Łataś
Aleksandra Łozińska
Elżbieta Musialik
Maciej Nawrocki
Sylwester Szwedzki
Agnieszka Ścibior
Agnieszka Urbańczyk
Magdalena Wąsowicz
Adam Woźniak
Agnieszka Wójcik

Redakcja językowa:
Marta Błaszkowska
Tomasz P. Bocheński
Dominika Ciesielska
Agnieszka Kiejziewicz
Aleksandra Łozińska
Maciej Nawrocki
Agnieszka Urbańczyk (kierowniczka)

Redakcja techniczna, skład i łamanie:
Izabela Pisarek

Okładka:
Paweł Kalina

Spis treści

Joanna Hańderek **5**
Wstęp. Filozofia mody – moda jako system kultury

Kamila Grabowska-Derlatka **15**
„*One Way Ticket to Hell… and Back*". Czyli o zwrocie mody gotyckiej w stronę *high-end fashion* i zmianie kryterium demarkacji „gotyckości" w modzie

Klaudia Strzyżewska **29**
Patchwork identity w twórczości Yayoi Kusamy. Strój jako element autokreacji

Wawrzyniec Miścicki **41**
Moda i ideologia. Uwagi o przedstawieniach niegreckich kostiumów w malarstwie wazowym archaicznych Aten

Marta Raczyńska-Kruk **57**
Między małą a wielką historią. Zjawisko mody na genealogię w Polsce jako przyczynek do refleksji nad pamięcią zmediatyzowaną

Kamila Kołacz **73**
Moda na Metodę. *The Method Acting* w klasycznym kinie hollywoodzkim i kinie Nowego Hollywoodu

Katarzyna Szmigiero **89**
Reveal Yourself, Reinvent Yourself – Make-up Trends and Their Implications

Table of contents

Joanna Hańderek **5**
Introduction. The Philosophy of Fashion – Fashion As a System of Culture

Kamila Grabowska-Derlatka **15**
"One Way Ticket to Hell… and Back." The High-End Turn of the Gothic Fashion and the Change of Demarcation Criterion of Gothic in Fashion

Klaudia Strzyżewska **29**
Patchwork-Identity in the Context of Yayoi Kusama's Art. Fashion As a Part of Creating Public Persona

Wawrzyniec Miścicki **41**
Fashion and Ideology. Remarks on Depictions of Foreign Costumes in the Vase Painting of Archaic Athens

Marta Raczyńska-Kruk **57**
Between Small Histories and the Great History. The Family History Trend in Poland as a Contribution to Reflections on Mediated Memories

Kamila Kołacz **73**
Fashion for the Method. The Method Acting in the Classic Hollywood Cinema and in the New Hollywood Period

Katarzyna Szmigiero **89**
Reveal Yourself, Reinvent Yourself – Make-up Trends and Their Implications

Joanna Hańderek

Wstęp. Filozofia mody – moda jako system kultury

Instytut Filozofii Uniwersytetu Jagiellońskiego

Barwy, kroje, modele, szalony Lee Alexander McQueen, żyjąca buntem Vivienne Westwood, proekologiczna Stella McCartney, królewski Gianni Versace, prerafaelicki Valentino Garavani – na modę można patrzeć z perspektywy strojów, zmieniających się kolekcji, natchnionych (bądź poprawnych) pokazów, ale można też potraktować ją jako dzieło sztuki lub wzór kulturowy. W tym ostatnim ujęciu jest ona przede wszystkim systemem kulturowych zmian, modelem ukazującym znaczenia, symbole, a niekiedy nawet mity kulturowe. Co najważniejsze moim zdaniem, moda dobitnie wyraża samą kulturę, zachodzące w niej zmiany i pojawiające się nowe tendencje, ukazując specyfikę naszych czasów. W niniejszym artykule będę chciała spojrzeć na modę właśnie jako na system znaków i znaczeń, symboli i idei. Będę też ją rozumiała w szerokim sensie, nie tylko jako *haute couture*, ale także jako prądy pojawiające się w stylu zachowań codziennych, w literaturze, w kinie, a nawet w nauce. *Haute couture* w tym względzie może stanowić artystyczną egzemplifikację szerszych kulturowych tendencji. Można powiedzieć że kultura rządzi się różnymi modami i bywa modna lub passé, ale tak naprawdę zachodzi tu podwójna gra, bo sama moda jest także systemem kulturowym.

Moda jako system pokazuje pewne paradoksy. Z jednej strony, przyjmując naturalistyczny punkt widzenia, można zauważyć, że kultura jest odpowiedzią na nasze biologiczne uwarunkowania. Człowiek bez instytucji i bez systemu kulturowego nie jest w stanie samodzielnie przetrwać w świecie – nie będąc do niego odpowiednio przystosowanym, potrzebuje kulturowej adaptacji. Z drugiej jednak strony, rozwijając kulturę, a przez nią budując własne miejsce w świecie, człowiek zapomina o swojej zwierzęcej kondycji, ulegając coraz większym potrzebom generowanym nie przez

naturę, ale przez kulturę[1]. Już Epikur zwrócił uwagę, że nasze potrzeby wykraczają poza naturalne wymogi i rozwijają się w kierunku coraz bardziej wyrafinowanych, a przez to są dalekie od tego, co rzeczywiście niezbędne do przeżycia[2]. Dlatego właśnie człowiekowi nie wystarczy zaspokojenie głodu i wraz z rozwojem kultury coraz więcej uwagi poświęca on temu, co, gdzie i z kim je. Sztuka kulinarna i potrzeby podniebienia we współczesnym zachodnim świecie dla większości z nas mają niewiele wspólnego z walką o przetrwanie pierwotnych hominidów.

Moda jako system kulturowy doskonale obrazuje ten stan. Człowiek jako „naga małpa" potrzebuje okrycia swojej skóry, która nie daje mu zabezpieczenia przed czynnikami atmosferycznymi. To jednak stan wyjściowy, który wraz z rozwojem kulturowych form i możliwości przemienił się w sztukę. W ten właśnie sposób można rozumieć modę jako projekt pełniący w wielu wypadkach rolę kreacji uwolnionej wyobraźni, w której ciało i jego potrzeby zostają wręcz przekroczone (modelki, które upadły w butach od McQueena, są najdobitniejszym przykładem tego twierdzenia). W przypadku wielu projektantów moda staje się sztuką dla sztuki, a tworzone przez nich projekty wyrażają idee (elegancji, pożądania, subtelności, wulgarności) lub stają się uwolnioną formą artyzmu. Ubranie w tym aspekcie nie jest odzieniem, okryciem naszego ciała, staje się bowiem przejawem twórczości, kreacją odrębnej rzeczywistości. Pokaz mody może działać na zasadzie performansu, podczas którego następuje unaocznienie powstałych w atelier idei. Noszenie ubrań jest tylko zbanalizowaniem i wprowadzeniem w codzienność form sztuki, powtórzeniem ważnego gestu czy kopią.

Kultura poprzerastana jest gestami i wzorcami stanowiącymi hybrydy znaczeniowe. Ludzkie stopy wymagają podparcia. Co prawda przez długie lata *Homo sapiens* chodził boso, jednak wcale nie ułatwiało mu to życia: ostre kamienie, kolczaste rośliny czy zwierzęta, które w strachu mogły ukąsić lub ugryźć, często spowalniały naszych przodków, a niekiedy wręcz uniemożliwiały im poruszanie się. Samo jednak obuwie, jako wynalazek na miarę prasy drukarskiej i telegrafu, długo spełniało zupełnie inną rolę – stanowiło oznakę statusu. Niegdyś po jego strojności i ozdobach można było poznać pozycję społeczną właściciela; człowiek, który nosił je codziennie, musiał być majętny. Co więcej, buty nie tylko stały się elementem sytuującym posiadacza w hierarchii społecznej, ale też ich stan dużo mówił o innych cechach noszącego. Czyste i zadbane, podobnie jak brudne i zdarte, stały się wizytówką. Nawet we współczesnej, konsumpcyjnej kulturze Zachodu, gdzie rządzi towar i jego marka, buty zachowują swój szczególny kod komunikacyjny: sportowe, na co dzień, wygodne i znoszone, odświętne, luksusowe czy wytworne – wszystkie przekazują coś innego. Jak zauważył

1 Por. A. Gehlen, *W kręgu antropologii i psychologii społecznej*, tłum. Z. Kuderowicz, Warszawa 2001, ss. 124–128.

2 Por. Diogenes Leartios, *Żywoty i poglądy słynnych filozofów*, tłum. I. Krońska, Warszawa 1982, s. 14.

Anthony Giddens, pisząc o roli zakupów i posiadania, już sam wybór marki odzieżowej staje się elementem budowania tożsamości[3].

Kultowe marki i modele zdradzają naszą przynależność już nie tylko do pewnej grupy społecznej, ale przede wszystkim do określonych kulturowych kodów. Christian Louboutin najpierw zakochał się w sztuce, a teatr i opera stanowią jego pierwszą inspirację. Trik z czerwoną podeszwą zawdzięcza jednak swojej asystentce, która używała czerwonego lakieru do paznokci Chanel. Ta sytuacja dobrze odzwierciedla wzajemne oddziaływanie wzorców kulturowych na siebie: narracyjny i zarazem plastyczny świat teatru, aktorski i muzyczny świat opery przenikają na inne poziomy kulturowych instytucji, stając się inspiracją, podobnie jak czerwone paznokcie (moda wykreowana przez Chanel). Niepowtarzalne buty z czerwoną podeszwą Louboutina niosą w sobie te wszystkie inspiracje. Buty zaczynają stanowić spektakl, narrację kulturową i symbol, a ich praktyczna rola schodzi na drugi plan. Obecnie buty tego francuskiego projektanta stanowią wzorzec kulturowych treści, w których można odczytać kolejne poziomy nakładających się znaczeń (od przepychu i rozpaczy *Traviaty* po zgubiony pantofelek Kopciuszka), czerwona podeszwa i kolorowe wzory opowiadają nam o pragnieniach i zawodach, stając się aluzją i przedmiotem pożądania.

Przyglądając się butom Louboutina, można powiedzieć, że kultura konstruuje wzorce i instytucje, które w skrajnych przypadkach nie są przydatne do konkretnych celów, nie mają żadnego praktycznego zastosowania, a zarazem są nam bardzo potrzebne, wręcz konieczne do rozwoju naszego kulturowego życia. Dwunastocentymetrowe szpilki o czerwonych podeszwach można porównać do barokowej szkatułki tak bogato zdobionej, że aż trudnej do utrzymania w jednej ręce – oba przedmioty, choć dzielą je stulecia, wyrastają z tej samej potrzeby artystycznej ekspresji i nie mają nic wspólnego z praktyką życia codziennego, choć mają jej służyć. Podobnie było w wypadku niewielkich rozmiarów bucików dla chińskiej elegantki ze zdeformowanymi stopami. Trwający dziesięć wieków chiński zwyczaj obwiązywania stóp dziewczynkom w celu uniemożliwienia rozrostu stóp ma początek w x wieku. Dla wielu chińskich poetów i filozofów maleńkie stopy w jedwabnych bucikach symbolizowały elegancję, wzniosłość oraz erotyczny powab[4].

Piękność gubiąca na balu bucik pozostawia za sobą mały, erotyczny gadżet. Zakochany książę szuka piękności o małej stópce. Delikatne, wypielęgnowane stopy księżniczki z bajki stają się znakiem erotycznym, tak samo jak jej szklany bucik – wykonany z kruchego materiału, wyjątkowy w swym szlachetnym, efemerycznym istnieniu. Zarówno twórcy bajek i opowieści Europejskich, jak i chińscy mędrcy wiedzieli jedno: but jest fetyszem, delikatna i mała stopa dziewczyny oznacza jej uległość i oddanie

3 Por. A. Giddens, *Socjologia*, tłum. A. Szulżycka, Warszawa 2012, ss. 634–640.

4 Por. L. Yutang, *My Country and My People*, Beijing 2000, ss. 159–160.

się mężczyźnie. Chińska piękność z połamanymi kośćmi śródstopia, o siedmio- czy dziesięciocentymetrowych stopach, nie była w stanie sama się poruszać. Uciekający przed przeznaczaniem Kopciuszek musiał ulec – najpierw magii, potem mężczyźnie, który go pokochał. Dwunastocentymetrowe szpilki grają z tą konwencją. Z jednej strony spowalniają kobietę, czynią z niej modelkę z wybiegu, która ma tylko uosabiać piękno. Z drugiej jednak – stają się symbolem wyzwolonej kobiety, czerwona podeszwa jest wyzywająca, a nie erotyczna; uosabia nie potrzeby mężczyzny, ale kobiecą pewność siebie i świadomość własnej seksualności.

Kulturę można rozumieć jako wymianę, nieustanny dialog tradycji z nowością, odbywający się pomiędzy pokoleniami, wzorcami, pomiędzy tym, co codzienne, i tym, co odświętne i niezwykłe. Moda rozumiana jako system kulturowy pokazuje to przenikanie się, wręcz hybrydalność kulturowych wzorców, w bardzo dosłowny sposób. Modelka w lateksie i ze zmarszczkami dojrzałej kobiety, punk z irokezem i siwą brodą, modelki XXL – to nie tylko przełamanie konwencji, lecz przede wszystkim z jednej strony rozmowa ze współczesnym kultem młodości (dlatego Gaultier wprowadza na wybieg modelki i modeli po sześćdziesiątce), a z drugiej – po prostu przenikanie wzorców i dialog między nimi. W historii kultury europejskiej można było obserwować transformację, podczas której obfite kształty konotujące sukces, bogactwo, piękno i erotykę stopniowo zmieniały się, by dojść do współczesnego ciała anorektycznego czy ciała *fit* – wysportowanego i zadbanego, a przede wszystkim zdrowego. Moda na ciało i jego przemiany jest też modą na zakrywanie go (skromność i purytanizm, który kazał zasłaniać wszystko, nawet włosy), jak i odsłanianie, gdy nagość jest elementem stroju (jak w czarnej sukni zaprojektowanej przez Gaultiera dla Madonny, w której czarny gorset odsłania nagie piersi).

Moda może szokować, prowokować, kłócić się z zastanym konwenansem (jak u mistrzyni kontrowersji Vivienne Westwood), ale przede wszystkim jest dyskusją. Judith Butler wskazała na współczesną możliwość formułowania własnej seksualności i tożsamości przez performatywność – ciało, jego okrycie i płeć stały się performansem. Możemy wybierać z różnych modeli społecznych zachowań i tożsamości, tak by poszukiwać siebie i samorealizacji[5]. Beth Ditto pojawiła się na pokazie Gaultiera w złotej sukni prezentującej jej barokowe ciało, bardzo dobrze symbolizujące te kulturowe przemieszczenia i dialog, w którym spotykają się artysta, sztuka i uwarunkowania kulturowe. Rozmowa w kulturze oznacza bowiem szereg transgresji, w konsekwencji na wybiegu współczesnej mody nic już nie jest oczywiste.

Moda jako system kulturowy znakomicie wyraża również zmiany zachodzące w kulturze. Właśnie dlatego, by uświadomić sobie znaczenie mody w opisywanym przeze mnie rozumieniu, trzeba uświadomić sobie przede wszystkim jej historię i zakres. Moim

5 Por. J. Butler, *Uwikłani w płeć*, tłum. K. Krasuska, Warszawa 2008, ss. 57–61.

zdaniem w sensie właściwym o modzie można zacząć mówić dopiero od XIX wieku. Jako system kreujący obowiązujące trendy, które wręcz wypada realizować, nabrała ona znaczenia właśnie w tym okresie. Wcześniej wprawdzie istniały nieustannie ewoluujące style, jednak można je określić jako nie system, lecz zmiany tendencji wypływające z czynników innych niż sama moda. Ubranie spełniało funkcję wyróżnika klasowego i sygnatury przynależności do danej grupy społecznej, religijnej, wiekowej lub etnicznej; niżej postawionym w hierarchii nie przystawało to, na co mogli sobie pozwolić arystokracja i król. Ubranie było wizytówką, elementem gry społecznej, oznaką prestiżu, awansu lub degradacji. Wraz z wyłonieniem się zjawisk masowej produkcji i masowego odbiorcy pojawiła się natomiast moda – to właśnie wtedy wystąpiła konieczność kształtowania jej jako potrzeby spełniania właściwych kanonów estetycznych. Moda stała się modelowaniem gustów, potrzeb czy pożądania nowej, masowej klienteli.

Już od samego początku kształtowania masowej klienteli widoczna jest polaryzacja między tym, co modne, a tym, co klasyczne i ponadczasowe. Dla elity oznaczało to niepodążanie za modą i jeszcze długo w XX wieku ta opozycja powodowała deprecjację ślepego ulegania trendom. Klasyka oznaczała niezmienność, wręcz nieprzemijalność pewnych wzorców. W ten sposób ugruntował się mit przeszłości (klasyki) jako tego, co godne, ważne, ponadczasowe i trwałe. Trzymanie się klasyki i nieuleganie modzie konotowało przynależność do elity i zrozumienie wagi kulturowej tradycji.

Chociaż już w XIX wieku moda budziła silne emocjonalne reakcje, jeszcze nie stanowiła wartości samej w sobie. Sytuacja uległa zmianie dopiero w drugiej połowie XX wieku. Właśnie w tej zmianie widzę klucz do wyjaśnienia współczesności. Coraz silniejsza fascynacja modą, aż po współczesne uzależnienie od niej, jest ilustracją kulturowego zwrotu. Moda jako system kultury odzwierciedla i uświadamia społeczeństwu kulturowe metamorfozy i transgresje. Zainteresowanie modą, zwłaszcza w aspekcie odzieży, to zmiana w nastawieniu nie tylko do nas samych, ale również do wzorców kulturowych.

Ponadczasowość przestała być postrzegana jako zaleta, a zmiana stała się istotą kulturową. Zauważyli to już klasycy współczesności, którzy pisząc o płynności (Zygmunt Bauman), recyklingu (Jean Baudrillard) i prędkości (Paul Virilio), wskazali na ruch jako istotę kultury[6]. Zmiana stała się elementem rzeczywistości kulturowej, ale i wartością samą w sobie. To właśnie w nowych formach, w modzie, która zmienia się sezonowo – realizuje się kultura. Stałość, trwanie, niezmienność postrzegane są jako antywartości, a mistrzostwo i powtarzanie tej samej działalności nuży; stagnacja oznacza niepokój i zaburzenie ludzkich możliwości.

6 Por. m.in. Z. Bauman, *Płynna nowoczesność*, tłum. T. Kunz, Kraków 2006; J. Baudrillard, *Symulakry i symulacja*, tłum. S. Królak, Warszawa 2005; P. Virilio, *Prędkość i polityka*, tłum. S. Królak, Warszawa 2008.

Moda jako kulturowy wzorzec bardzo dobrze ilustruje taki stan rzeczy. Przede wszystkim przez cały xx wiek można było obserwować przyspieszenie naszego życia, moda stała się sezonowa czy wręcz wyprzedzająca sezony. Współcześnie możemy zauważyć zintensyfikowanie tych tendencji w figurze trendsettera, osoby wyprzedzającej modę i uważającej aktualne trendy za banalne. Nadążanie za modą stało się jej biernym przyswojeniem, które dla człowieka – świadomego uczestnika kultury – oznacza niezrozumienie istoty zmiany. Trzeba być przed modą, należy ją wyprzedzić, zająć stanowisko przyszłości. Stare sezonowe wzorce odchodzą do kulturowego lamusa już w chwili, w której się ujawniły.

Gdy ten historyczny aspekt mody połączymy z jej zakresem, ujawnia się jeszcze jedna bardzo interesująca kwestia. Współcześnie modne może stać się wszystko – jak kuchnia wegańska czy sztuki Elfriede Jelinek. Moda jako system kulturowy to nie tylko ubranie, obejmuje ona bowiem także takie płaszczyzny kulturowego życia i instytucji, jak wartości, tradycja, sztuka, nauka, postawy społeczno-polityczne i wszystko to, co ma przełożenie na ludzkie działanie. Często trudno jest zaakceptować fakt, że dziedzina badań naukowych także może być oceniana w kategoriach modna – niemodna. Z jednej strony wciąż żywy jest stary europejski mit obiektywności nauki, z drugiej jednak na nasze myślenie i naukowe inklinacje wpływają rozmaite mody. Modowym waloryzacjom podlegają również wartości: wystarczy spojrzeć na czasowe kariery pojęć odpowiedzialności, ojczyzny, miłości bliźniego czy solidarności. Nie chcę przez to powiedzieć, że moda rządzi systemem nauki czy wartościami, jakie pojawiają się w społeczeństwie, uważam jednak, że należy zachować świadomość złożoności tych zjawisk, a tym samym uwzględnić w ich analizie czynnik mody, zwłaszcza że współcześnie jest ona coraz mocniej odznaczającą się w naszym życiu strukturą.

Moda jako system kulturowy charakteryzuje się przede wszystkim: trendami, budowaniem modeli postępowania, ukierunkowywaniem oczekiwań i pragnień, dialektyką tego, co indywidualne, i tego, co społeczne, kształtowaniem zmiany i równocześnie odpowiadaniem na zmianę. Jak już starałam się wykazać, moda jako system kulturowy o dialektycznym charakterze często łączy ze sobą sprzeczności. Już Georg Simmel zauważył, że skrywa się w niej fundamentalna dwuznaczność: z jednej strony pozwala ona kształtować indywidualność, a z drugiej – daje możliwość identyfikacji i budowania wspólnotowej płaszczyzny, przynosząc unifikację[7]. Osoba modnie ubrana dąży więc do zbudowania poprzez swój strój indywidualności, podkreślając niepowtarzalną osobowość, a jednocześnie mimowolnie wpasowuje się w ogólne trendy. Jest sobą i równocześnie staje się taka sama, jak inni. Ta dwuznaczność jest też, moim zdaniem, najistotniejszym aspektem mody jako systemu. Przede wszystkim ukazuje ona formułowanie tożsamości człowieka poprzez poszukiwanie własnych środków

7 Por. G. Simmel, *Filozofia mody*, tłum. S. Magala, Warszawa 1980.

wyrazu w kontekście społecznych uwarunkowań. Jak wskazywał Richard Jenkins, człowiek nigdy nie nabywa tożsamości tylko wobec siebie, ale zawsze robi to wobec innych, wobec społecznych oczekiwań i wymagań. Dlatego nasza tożsamość jest indywidualna, ale i społeczna[8]. Nawet dążenie do indywidualności stanowi odpowiedź na konteksty społeczne, indywidualność jest też możliwa dzięki kulturowym uwarunkowaniom (widać to szczególnie w fenomenie filozofii egzystencjalnej, która mówi o niepowtarzalności i wyjątkowości jednostki, a która stała się modna w okresie powojennym, co pozwoliło wypracować pewien model bycia egzystencjalistą).

Bardzo ważna jest też psychologiczna potrzeba poczucia przynależności do danej grupy społecznej. Człowiek potrzebuje umieścić „ja" w kontekście „my". Widać to szczególnie, gdy znajdujemy się w sytuacji wyobcowania: kiedy wszyscy dookoła nas wyglądają i zachowują się inaczej, reprezentują odmienny styl. Zdawać by się wręcz mogło, że przynależność zaczyna się na poziomie powierzchownych tendencji – tego samego systemu mody, kodu estetycznego i symbolicznego – umieszczając człowieka w znanych mu i akceptowanych kontekstach. Jest to istotne, ponieważ potrzebujemy instytucji i społecznego kontekstu. Według Arnolda Gehlena człowiek staje się sobą tylko w instytucjach kulturowych, jedynie poprzez wspólnotę instytucji może rozwijać swoją indywidualność[9]. Indywidualność jest luksusem kulturowym ufundowanym na instytucjach i warunkowaniu.

Lars Svendsen w *Filozofii mody* zwrócił uwagę na pewien szczególny aspekt: moda prowadzi do budowania postawy wobec innych ludzi i samego/samej siebie. Na poziomie świadomości podmiot prowadzi grę z samym sobą, podczas której podąża za modą i jednocześnie wypiera ten fakt. Tak samo postępujemy wobec innych ludzi; chociaż – zwłaszcza w pierwszym odruchu – oceniamy ich przez pryzmat tego, co na sobie noszą, jak wyglądają, to równocześnie nie przyznajemy się do tego nawet wobec siebie samych. Można powiedzieć, że wpisanie się w kontekst społeczny przez modę jest warunkiem spełnianym w ukryciu przed samym sobą. Według Svendsena moda kształtuje nas tak samo, jak inne dziedziny kultury (nauka, sztuka, rytuały), z czego niechętnie zdajemy sobie sprawę. Moim zdaniem widać tutaj warunkowanie kulturowe: zostaliśmy wyuczeni, by na pewne rzeczy nie zwracać uwagi, traktować je jako nieistotne, chociaż mają one niebagatelny wpływ na nasze życie. Wpajane od dziecka wskazanie, aby nie oceniać innych po wyglądzie, tak naprawdę przeczy naszym skłonnościom i zachowaniom społecznym. Svendsen wskazuje, że moda kształtuje nasze widzenie innych (i nas samych); aby więc pogodzić sprzeczności wychowania oraz norm postępowania sami przed sobą udajemy, że nie wartościujemy innych w oparciu o ich wygląd zewnętrzny[10].

8 Por. R. Jenkins, *Social Identity*, New York, NY 2014, ss. 40–48.

9 Por. A. Gehlen, op. cit. ss. 40–48.

10 Por. ibidem.

Moda jako system kulturowy pozwala na wydobycie jeszcze jednego ciekawego aspektu zmian zachodzących we współczesnym świecie. Gdy Valentino Garavani zaprezentował swoje suknie inspirowane malarstwem prerafaelitów, odwołał się do piękna. We współczesnej sztuce piękno przestało być wartością, a wielu artystów wyraźnie odcina się od jego poszukiwania. Wielu projektantów mody preferuje też bardziej eksperyment i innowację niż samą kategorię piękna. W tym kontekście romantyczne piękno sukien Valentino staje się powrotem do odrzuconych wartości. Moda – jako przemieszczanie stylów, inspiracja innymi kulturami czy dawnymi epokami własnej kultury – daje możliwości przepracowywania różnych wartości i dyskursów. Moda jako system kulturowy pokazuje nie tylko przyspieszenie współczesności, ale również jej eklektyzm. Zjawisko to można sprowadzić do nihilistycznej reguły „nie ma zasad, wszystko wolno". Wiek XX w szeregu kontestacji i dekonstrukcji nauczył nas, że z tradycją można – a czasami nawet trzeba! – dyskutować. Oznacza to całkowite uwolnienie zarówno twórców jak i odbiorców, oznacza to nowe możliwości odtwarzania dawnych wzorców. Valentino wraca do klasycznej koncepcji piękna, ale przenosząc ją na modę, wyzwala raz jeszcze samo rozumienie tej kategorii. Svendsen traktuje modę z jednej strony jako system ekonomii i marketingu, ale z drugiej jako współczesny system estetyczny, pozwalający na powrót do piękna jako wartości samej w sobie.

Poszukiwanie czy kultywowanie piękna we współczesnym świecie złamanych konwencji i odrzuconych dawnych kategorii wydaje się bezsensownym zwracaniem się ku przeszłości. Taki program wydaje się dwuznaczny zwłaszcza wobec napięć, konfliktów i problemów współczesnego świata. Tworząca ekologiczne ubrania Stella McCartney czy zbuntowany Alexander McQueen oddają ducha czasu i odpowiadają na potrzeby współczesnego człowieka. Tymczasem zmysłowy i eteryczny Valentino Garavani czy barokowy w swym przepychu Gianni Versace zaskakująco rozwijają estetykę poza współczesnymi problemami. Herbert Marcuse zwrócił jednak uwagę, że potrzebujemy piękna – czyste doznanie zmysłowe, kontemplacja tego, co piękne, rozbija rutynę, pokazuje inny niż pełen potrzeb, celów, zadań, pracy i konieczności świat[11]. Pokazy mody stają się współcześnie performansami, dającymi marzenie o luksusie i tym, co często pozostaje nieosiągalne. Umożliwiając czyste przeżycie piękna, nie oferują nic praktycznego, nie przynoszą żadnych konkretnych celów, pozwalają jedynie na czyste wytchnienie, oddech sztuką. Stanowią one bowiem ulotne, rozgrywające się tu i teraz wydarzenie czysto estetyczne, które znika równie szybko, jak się pojawiło, które jednak, jak w przypadku dzieła sztuki, odrywa nas od rzeczywistości i daje inny wymiar egzystencji.

Wedle Svendsena estetyczność w modzie od zawsze była założona, tak jak od zawsze człowiek zdobił swoje ciało i starał się upiększyć czy zmodyfikować swój wygląd

11 Por. H. Marcuse, *Eros i cywilizacja*, tłum. H. Jankowska, A. Pawelski, Warszawa 1998, ss. 38–39.

zgodnie z oczekiwaniami społecznymi[12]. Rzecz w tym, że w kulturze współczesnej uwolnione piękno nie jest użytkowe, nie służy poprawieniu wyglądu przez ubranie, staje się czystym przeżyciem. Podczas pokazu mody/performansu doświadczamy obrazu, zmysłowości, kształtów, barw, muzyki, na chwilę odrywamy się od naszego świata, otrzymujemy czyste przeżycie i nic więcej – co staje się wartością samą w sobie. Tego samego będziemy doświadczać, przeglądając magazyny modowe czy dokumentacje sesji fotograficznych: są to obrazy, zabawa formą, ciałem, kontekstem, poszukiwaniem piękna. W tym aspekcie mody jako systemu kulturowego o nic nie chodzi – kultura produkuje pusty wzorzec, ale właśnie w tym tkwi jej siła: w możliwości dawania wzorców, które pozwalają nam na inny wymiar doświadczenia, wykraczając poza to, co użyteczne, pragmatyczne, konieczne, a przez to uwalniając nasze doświadczanie siebie i świata. Człowiek potrzebuje czasami nic nie robić, nic nie wypracowywać, a w zamian kontemplować, doświadczać tu i teraz, bez zobowiązań: przeżyć piękno. To wzbogacenie, wydobycie z siebie czegoś nowego, otwarcie się na nowe możliwości.

Konkludując, można stwierdzić, że moda jako system kulturowy ujawnia istniejące w kulturze wzorce, symbole czy paradygmaty myślenia. Przede wszystkim oznacza jednak swoistą grę, jaką podejmujemy z naszym byciem w kulturze, tendencje, jakim ulegamy, nasze potrzeby (nierzadko generowane przez kulturę i jej warunkowania) oraz nasze współkonstytuowanie kultury. Moda może też ukazywać zmiany zachodzące w kulturze oraz w ludzkiej egzystencji, dając ten sposób możliwość przepracowania wielu wzorców i generowania nowych. Jako system kulturowy moda może więc być interpretowana jako rozmowa z sobą samym i z otaczającą nas rzeczywistością, zarówno w aktywizmie, jak i w zwykłym kontemplowaniu świata.

12 Por. L. Svendsen, *Fashion. A Philosophy*, London 2006, s. 11.

Bibliografia

Baudrillard J., *Symulakry i symulacja*, tłum. S. Królak, Warszawa 2005.
Bauman Z., *Płynna nowoczesność*, tłum. T. Kunz, Kraków 2006.
Butler J., *Uwikłani w płeć*, tłum. K. Krasuska, Warszawa 2008.
Diogenes Leartios, *Żywoty i poglądy słynnych filozofów*, tłum. I. Krońska, Warszawa 1982.
Gehlen A., *W kręgu antropologii i psychologii społecznej*, tłum. Z. Kuderowicz, Warszawa 2001.
Giddens A., *Socjologia*, tłum. A. Szulżycka, Warszawa 2012.
Jenkins R., *Social Identity*, New York, NY 2014.
Marcuse H., *Eros i cywilizacja*, tłum. H. Jankowska, A. Pawelski, Warszawa 1998.
Simmel G., *Filozofia mody*, tłum. S. Magala, Warszawa 1980.
Svendsen L., *Fashion. A Philosophy*, London 2006.
Virilio P., *Prędkość i polityka*, tłum. S. Królak, Warszawa 2008.
Yutang L., *My Country and My People*, Beijing 2000.

Streszczenie

W niniejszym artykule przedstawiono modę jako system kulturowy, w którym widoczne są zarówno wzorce obecne w kulturze, jak i zmiany zachodzące w jej obrębie. Współczesny świat można rozumieć jako zmienny, zaś nowoczesność jako zglobalizowaną i wieloaspektową rzeczywistość. Moda pozwala zrozumieć, w jaki sposób kultura przekracza swoje biologiczne uwarunkowania, w jaki sposób wpływa na nasze potrzeby, jak formuje naszą tożsamość czy w jaki sposób kształtuje nasze doznanie i rozumienie siebie jak i innych. Jako system kultury moda stanowi szczególne laboratorium naszej codzienności.

Summary

Introduction. The Philosophy of Fashion – Fashion As a System of Culture

In the paper I attempt to present fashion as a cultural system, which allows us to expose not only certain cultural patterns, but also changes within the culture itself. The contemporary world is volatile, and modernity can be understood as a globalized and multifaceted reality. Fashion as a system of culture allows one to analyze the manner in which culture transcends its biological conditions, the impact it has on our needs, identity, and the way it shapes our experiences and understanding of ourselves as well as the others. Fashion understood as a system of culture becomes a distinct laboratory of our everyday reality.

Kamila Grabowska-Derlatka

„One Way Ticket to Hell... and Back"[1]. Czyli o zwrocie mody gotyckiej w stronę *high-end fashion* i zmianie kryterium demarkacji „gotyckości" w modzie

Instytut Filozofii Uniwersytetu Warszawskiego

Wprowadzenie

Estetyka gotycka obejmuje wiele aspektów i dziedzin kultury i sztuki. Gotycyzm powstał pierwotnie jako nurt w literaturze, a podwaliny pod tę estetykę położyły powieść gotycka[2] i czarny romantyzm[3]. Obecnie pojęcie to odnosi się do bardzo szerokiej, wielostylowej konwencji, której elementy znacznie się od siebie różnią – podobnie, jak miało to miejsce w przestrzeni historycznej[4].

> „Gotycki" – jak pisze Valerie Steele – jest epitetem o dziwnej historii, przywołującym obrazy śmierci, destrukcji i rozkładu. […] Jest terminem niemal nieuchronnie obelżywym, sugerującym, że coś jest ciemne, barbarzyńskie, mroczne i makabryczne[5].

Polscy badacze i badaczki, między innymi Grzegorz Gazda, Jarosław Płuciennik i Agnieszka Izdebska, zwracają uwagę na historię gotycyzmu i wskazują, że ma on swoje korzenie w osiemnastowiecznym zjawisku kulturowym polegającym na

1 *One Way Ticket to Hell… and Back* to tytuł piosenki zespołu The Darkness z albumu o tym samym tytule – por. The Darkness, *One Way Ticket to Hell… and Back*, *One Way Ticket to Hell… and Back*, Atlantic Records, 2005.

2 Por. G. Gazda, J. Płuciennik, A. Izdebska, *Wstęp* [w:] *Wokół gotycyzmów. Wyobraźnia, groza, okrucieństwo*, red. eidem, Kraków 2002, s. 6.

3 Por. *W kręgu czarnego romantyzmu. Inspiracje, motywy, interpretacje*, red. M. Piechota, J. Strzałkowski, A. Szumiec, Katowice 2018, s. 7.

4 Por. G. Gazda, J. Płuciennik, A. Izdebska, op. cit, s. 6.

5 „»Gothic« is an epithet with a strange history, evoking images of death, destruction and decay. […] [I]t is also almost inevitably a term of abuse, implying that something is dark, barbarous, gloomy, and macabre"– V. Steele, J. Park, *Gothic. Dark glamour*, London 2008, s. 3, przekład filologiczny własny – K. G. D.

wszechobecnym zainteresowaniu stylizacją na średniowiecze[6]. Te dwa sposoby ujmowania terminu sugerują dość klasyczne podejście do gotycyzmu – zwraca się w nich uwagę na aspekty mroku, ciemnej makabreski, stylizacji sztuki, architektury oraz innych dziedzin życia na gotyk. Nie ulega wątpliwości, że do pewnego momentu to właśnie te elementy składały się na podstawę gotycyzmu i tworzyły oś pojęciową, wokół której badaczki i badacze zajmujący się kulturoznawstwem, estetyką oraz historią sztuki mogą klasyfikować niektóre dzieła jako gotyckie. Obecnie jednak, wraz z bardzo dynamicznym rozwojem gotycyzmu w wiekach XX i XXI, takie jego rozumienie może być uznane za przestarzałe. W niniejszym artykule będę próbowała nakreślić współczesne tendencje w modzie kultury gotyckiej, a także na ich podstawie spróbuję stworzyć nowe definicję i kryterium demarkacji[7] tego, co „gotyckie". Poza tym pragnę zastanowić się na drogą kulturową, jaką przeszła moda gotycka – od (tak zwanej) kultury niskiej, stylu ubierania się muzycznego podziemia, kojarzonego z niższymi sferami społecznymi i artystycznymi popkultury, do *high-end fashion*[8], wybiegów na pokazach wielkich projektantek i projektantów czy okładek znanych magazynów modowych.

„Gotycyzm" i „gotycki" – pojęcia otwarte

Gotycyzm w XXI wieku może być niezwykle wielobarwny, odwołujący się do różnych zakresów tematycznych (jak na przykład strata, ból złamanego serca czy agresja) i rejestrów estetycznych: motywów mrocznej frenezji, makabrycznego i niejednoznacznego, przepełnionego czarnym humorem nastroju przyjęcia halloweenowego, albo pastelowej cukierkowatości inspirowanej wiktoriańskim stylem życia. Nie sposób go ograniczyć do twórczości powstającej w konkretnym kraju czy na jednym kontynencie, wręcz przeciwnie – daje on o sobie znać w kulturze od Stanów Zjednoczonych, przez kraje europejskie, w tym Polskę, Francję czy Wielką Brytanię, po Japonię i Koreę.

6 Por. G. Gazda, J. Płuciennik, A. Izdebska, op. cit, s. 9.

7 Pojęcia takie jak „problem demarkacji" i „kryterium demarkacji" zostały po raz pierwszy sformułowane przez Karla Poppera w próbie określenia granic pomiędzy naukami ścisłymi (*science*), a naukami humanistycznymi i filozofią („wiedzą sensowną" i „niesensowną"). Współcześnie w filozofii analitycznej (i nie tylko analitycznej) bardzo często używa się pojęcia „problemu demarkacji", który denotuje problem określenia dokładnych granic danego pojęcia lub zbioru. „Kryterium demarkacji" oznacza w tym wypadku pewien aspekt bądź pewną cechę (ewentualnie ich zbiór, czasami wyrażony w zdaniu), które umożliwiają wyznaczenie owych pojęciowych granic. Por. A. Bronk *Filozofia i nauka. Problem demarkacji*, „Roczniki Filozoficzne" 1995, z. 1, ss. 181–236.

8 Określenie *high-end* oznacza produkty najwyższej jakości, zwykle w wysokich cenach i stworzone dla wymagających klientek i klientów. W przypadku mody mówi się o *high-end fashion*, czyli stylu i kreacjach uznanych projektantek i projektantów, często prezentowanych na wydarzeniach typu *fashion week*, pokazach mody i w znanych magazynach modowych.

Należy tutaj zaznaczyć, że pojęcia takie jak „gotycyzm" i „gotycki" wymagają dość specyficznego rodzaju rozumienia. Dzieje się tak dlatego, że „gotycyzm" jest pojęciem otwartym i wciąż niemożliwym (ze względu na jego różne postrzeganie w poszczególnych kulturach i epokach) do zamknięcia. Niemożliwe jest podanie szeregu warunków lub cech koniecznych ani wystarczających do tego, aby uznać dany obiekt czy przedmiot za gotycki[9]. Morris Weitz na przykładzie sztuki wskazuje, że uchwycenie tego, co oznaczane jest przez dane pojęcie otwarte, nie polega na dosłownym rozumieniu pojęcia jako definicji, ale na dostrzeżeniu w nim sumy istotnych dla niego zaleceń, określających pewne sposoby podejścia do niektórych z właściwości tego pojęcia[10]. Idąc za Weitzem, nie powinniśmy pytać, „czym jest gotycyzm?" czy „jaka jest istota gotycyzmu?", ani też nominalnie: „co oznacza »gotycyzm«?", lecz „w jaki sposób używamy pojęć »gotycyzm« i »gotycki«?". Trzeba tu jednak zaznaczyć, że ze względu na otwartość tych pojęć nie istnieje jeden spójny i wspólny gotycyzm czy też sposób rozumienia i użycia terminu „gotycki". Każde dzieło jest odmienne, czasem do tego stopnia, że nasuwa się pytanie, czy to, z czym właśnie obcujemy, na pewno jest jeszcze w ogóle „gotyckie" – tak różnorodna jest estetyka możliwa do zawarcia w zbiorczym terminie „gotycyzm", który spróbuję w niniejszym artykule scharakteryzować poprzez modę i styl ubioru ukształtowane wokół kultury gotyckiej.

Gotyk jako subkultura – sposób na utrzymanie tradycji estetycznej i znaczenie identyfikacji

Subkultura gotycka uważana jest obecnie za jedną z najdłużej trwających i najlepiej rozwiniętych subkultur i kontrkultur istniejących po drugiej wojnie światowej[11]. Wyróżnia ją niezwykła rozpiętość stylów oraz dziedzin kultury, jakie obejmuje. Kiedy większość subkultur skupia się na muzyce i modzie, czasami na sztuce graficznej, subkultura gotycka i współczesny gotycyzm są zjawiskami przejawiającymi się w literaturze, muzyce, teatrze, modzie, architekturze, grafice, malarstwie, rzeźbie, kinie, komiksie, a nawet tańcu. Poza samą estetyką subkulturę gotek i gotów charakteryzuje także teatralność ich życia. Na co dzień robią sobie dość mocny makijaż, a w dodatku osoba spoza subkultury może odnieść wrażenie, że gotki i goci chodzą nie ubrani, a wręcz przebrani w stroje rodem z teatru lub spotkania *cosplayerów*. W zależności od odłamu, vamp-gotki i vamp-goci będą przechadzać się w cylindrach i długich płaszczach, punk-gotki i punk-goci wystąpią w szpiczastych fryzurach i przerobionych ramoneskach z ćwiekami i naszywkami,

9 Por. M. Weitz, *Rola teorii w estetyce* [w:] *Estetyka w Świecie*, t. 1, red. i tłum. M. Gołaszewska, Kraków 1984, ss. 347–359.

10 Por. ibidem, s. 359.

11 Por. T. H. Young, *Dancing on Bela Lugosi's Grave. The Politics and Aesthetics of Gothic Club Dancing*, „Dance Research: The Journal of the Society for Dance Research" 1999, No. 17, s. 75.

cyber-gotki i cyber-goci włączą do swojego stroju elementy w jaskrawych kolorach – pasy czerwieni czy też aplikacje w odcieniach neonowej zieleni, zestawiając je z wielkimi butami podkutymi metalem i długimi skórzanymi płaszczami lub obcisłymi strojami z lateksu[12]. Współcześnie popularne stają się również takie style jak *nu-goth* i *pastel goth*[13].

Gotyckość w całej swojej teatralności nie jest, jak mogłoby się wydawać, pozą[14]. Trevor M. Holmes zwraca uwagę na kwestię identyfikacji wśród przedstawicieli subkultury gotyckiej – pomimo różnic stylistycznych, wszyscy czują się ważnymi członkami dużej grupy kulturowej. Jest to dla nich o wiele ważniejsze niż inne sposoby identyfikacji społecznej dokonywanej między innymi poprzez narodowość czy płeć[15]. Gotyk zakłada w wielu ujęciach ambiwalencję i mało restrykcyjne podejście do podziałów i identyfikacji płciowych – a być może i brak tychże. Dlatego większość gotów i gotek to nie tylko zwolennicy bądź zwolenniczki androgynicznych elementów wyglądu, ale także osoby nieidentyfikujące się płciowo lub uważające taką identyfikację za zbędną. Holmes zwraca także uwagę na interesujące zjawisko „gotycyzowania" płci:

> Biorąc na chwilę w nawias implikacje wiodące do jądra gotyckiej identyfikacji lub wyidealizowanych gotyckich ciał, rozważmy gotyk w aspekcie nie rzeczownikowym, lecz czasownikowym, jako aktywne stawanie-się-innym niż heteroseksualne, proste i normatywne płciowo formy. Pomyślmy o gotyku [„gotycyzowaniu" – K. G. D.] jako czasowniku. Tak samo jak w *queerowaniu*, doświadczenie, które wyewoluowało w efekcie zgotycyzowania, opiera się ostatecznie przejawom nazwania i opisania czystego, prawdziwego ideału gotycyzmu[16].

Wydaje się, że akt gotycyzowania może odnosić się nie tylko do płci, lecz do życia w ogóle. Należałoby więc pomyśleć o gotycyzowaniu jako o specyficznej formie dramatyzacji. Oznacza więc ono odgrywanie gotyckości w teatrze życia – ale odgrywanie nie sztuczne, lecz takie, które daje gotkom i gotom możliwość wolnego, zgodnego z ich naturą i jak najbardziej prawdziwego realizowania siebie jako jednostki w świecie. W tej grze objawia się więc autentyczność członków i członkiń gotyckiej subkultury.

To, jak ważne dla gotek i gotów są codzienna wolność wyrażania swoich upodobań oraz możliwość swobodnego odgrywania swojej roli w życiu społecznym, pokazuje

---

12 Por. C. Goulding, M. Saren, *„Gothic" entrepreneurs: a study of the subcultural commodification process* [w:] *Consumer Tribes*, eds. B. Cova, R. Kozinets, A. Shankars, New York 2012, s. 228.

13 Por. I. Gagne, *Urban Princesses. Performance and „Women's Language" in Japan's Gothic/Lolita Subculture*, „Linguistic Journal of Anthropology" 2008, Vol. 18, Iss. 1, ss. 130–150.

14 Por. T. M. Holmes, *Peri Gothous. On the Art of Gothicizing Gender* [w:] *Goth. Undead Subculture*, eds. L. M. E. Goodlad, M. Bibbly, Durham 2007, s. 79.

15 Por. ibidem, ss. 79–88.

16 „Bracketing for the moment the implications of a goth core identity or idealized goth bodies, then, consider goth as, rather than a static noun, an activity, an active becoming-other of straight, singular gender norms. Think of goth as a verb, as in to goth. Rather like to queer, the experimentation evoked by gothing in effect resists attempts to name a pure goth subject" – ibidem, s. 80, przekład filologiczny własny – K. G.-D.

tegoroczny protest subkultury gotyckiej w Chinach przeciwko władzom metra w prowincji Guangzhou, wywołany zmuszeniem młodej gotki do zmycia makijażu, który według ochrony metra był „niepokojący"[17].

Według Lauren M. E. Goodlad gotycyzm sugeruje natomiast użycie terminu „androgyniczny", który we współczesnym dyskursie postfeministycznym i teorii *queeru* zostaje wyparty przez alternatywne formy opisu płciowości, takie jak transpłciowość, identyfikacja płciowa czy też performatywność płci Judith Butler. Według Goodlad androgynia postulowana przez kulturę gotycką okazuje się jednak zdecydowanie bardziej etyczna niż postmodernistyczne terminy, które wciąż funkcjonują we współczesnym feminizmie – a sam gotycyzm może umożliwić renesans androgynii. Goodlad odnosi się w swojej pracy do *Manifestu cyborga* Donny Haraway, w którym figura cyborga została opisana jako postgenderowa[18]. Goodlad dowodzi:

> Cyborg, pisze Haraway, to istota „utopijnej fantazji o świecie bez płci. […] Inaczej niż łudzący się nadziejami potwór Frankensteina, cyborg nie oczekuje od ojca ratunku. Nie szuka drogi do raju, innymi słowy nie pragnie, żeby ojciec sfabrykował dla niego heteroseksualną towarzyszkę, aby w ten sposób dopełniony, mógł stać się częścią zamkniętej całości, miasta i kosmosu". Moim celem, gdy cytuję Haraway, nie jest umniejszanie jej potężnego wkładu w postmodernizm. Chciałabym za to zwrócić szczególną uwagę na fakt, iż męski podmiot w narracjach inspirowanych gotycyzmem nie jest wytworem świata postgenderowego, lecz jest dokładnie taki, jak potwór Frankensteina[19].

Goodlad stara się w ten sposób wskazać na pierwiastek męski w reprezentacjach wielu postaci gotyckich i potworów (jak w przypadku potwora Frankensteina), krytykując także rozwiązania postfeministyczne, które sugerują pluralizm płci – zarówno te postulujące trzecią płeć, leżącą pomiędzy kobietą i mężczyzną (*Garber's notion of the third*), jak i te, które tworzą ich zdecydowanie więcej. Autorka pokazuje, że pluralizm płci

---

17 „Distressing" – H. Ellis-Petersen, *China's goths protest after woman told to remove „distressing" make-up on subway* [on-line:] https://www.theguardian.com/world/2019/mar/19/chinas-goths-protest-after-woman-told-to-remove-distressing-make-up-on-subway [20.03.2019], przekład filologiczny własny – K. G. D.; por. K. Allen, *Chinese goths post selfies in protest after subway* incident [on-line:] https://www.bbc.com/news/world-asia-china-47615966 [20.03.2019]; *Chinese metro apologises after goth community protest forced makeup removal* [on-line:] https://www.hongkongfp.com/2019/03/20/chinese-metro-apologises-goth-community-protest-forced-makeup-removal/ [20.03.2019].

18 Por. L. M. E. Goodlad, *Men in Black. Androgyny and Ethics in* The Crow *and* Fight Club [w:] *Goth. Undead Subculture…*, ss. 89–118; D. Haraway, *Manifest cyborga*, tłum. E. Franus [on-line:] http://www.magazynsztuki.eu/old/archiwum/post_modern/postmodern_9.htm [11.10.2019].

19 „Cyborg, writes Haraway, »is a creature in a post-gender world. […] Unlike the hopes of Frankenstein's monster, the cyborg does not expect its father to save it through a restoration of the garden; i.e., through the fabrication of a heterosexual mate, through its completion in a finished whole« (67). My point in citing Haraway is not to dismiss her powerful insight into postmodernity. But I do want to emphasize that the male subject of goth-influenced narratives is not a creature of a postgender world, but is, rather, precisely like Frankenstein's monster" – L. M. E. Goodlad, op. cit., ss. 89–90, przekład filologiczny własny – K. G. D.

wzmacnia poczucie inności drugiego człowieka, przez co nieustannie narażamy osoby innej płci (niezależnie od tego, czy przyjmiemy kulturowe, czy biologiczne kryterium podziału) na ocenę i porównywanie, a także uwydatnienie obcości w egzystencjalnej relacji ja–inny. Goodlad postuluje zatem, aby zastąpić koncepcje wielości płci i jakiekolwiek podziały płciowe uznaniem założenia o androgynii, która w jej rozumieniu nie miałaby być pomieszaniem elementów męskości i kobiecości, lecz sprawieniem, że uznamy wizję człowieka jako bezpłciowego kulturowo [*genderless*], ale nie biologicznie [*non-sexless*]. Biologiczne uwarunkowania płciowości nie miałyby jednak znaczenia w społeczeństwie idealnie androgynicznym, które, dzięki zachowaniu butlerowskiej kulturowej performatywności płci i płciowości, ale bez konkretnych podziałów płciowych, sprawiłoby, że męskość – i tak samo kobiecość – byłaby bezpieczna do wyrażania przez każdą istotę. Goodlad pokazuje, że androgynia neguje podziały płciowe i jednocześnie odziera aspekt biologiczny (płeć biologiczną – *sex*) z jego władzy konstytuowania płci[20].

Subkultura gotycka jest więc niezwykle naznaczona elementami wciąż rozwijających się dyskursów posthumanistycznego i feministycznego (czy też postfeministycznego), które obejmują zarówno kwestie identyfikacji czy ekspresji swojej osobowości, jak i etyki. Androgynia zdecydowanie wpłynęła przez lata na modę gotycką i związany z nią styl.

Moda gotycka – od ciemnej alternatywy do *high-end fashion*

Inspiracje gotyckie w modzie sięgają stylów europejskich z drugiej połowy XIX wieku. Moda gotycka na początku swojej popularyzacji i kształtowania się w latach osiemdziesiątych XX wieku była silnie związana z muzycznym podziemiem i surowymi pozostałościami punkowymi. Wtedy nawet poszczególne odmiany stylu były dużo bardziej rygorystycznie określone i opisywane. Obecnie moda gotycka przeszła do *high-end fashion* i jej elementy królują na pokazach największych domów mody i projektantów oraz projektantek.

Trzeba powiedzieć, że ruch włączania elementów gotyckich, kojarzonych wcześniej z modą popkulturowego i muzycznego podziemia i stylizacjami zespołów takich jak The Cure, Bauhaus czy Sisters of Mercy, a także Davida Bowie'ego[21], do mody typu *high-end* rozpoczął się już w latach dziewięćdziesiątych ubiegłego stulecia[22]. Znacząca dla popularyzacji gotyku w modzie głównego nurtu okazała się między innymi kolekcja wiosenna Jeana-Paula Gaultiera na 1998 rok (zaprezentowana zimą 1997), na pokazie której pojawiły się stroje złożone ze skór, koronek i jedwabiu, a także ze zrekonstruowanych, historycznych materiałów z XIX wieku, w fantazyjnych

20 Por. ibidem., ss. 89–118.

21 Por. D. Shumway, H. Arnet, *Playing Dress Up. David Bowie and the Roots of Goth* [w:] *Goth. Undead Subculture*…, ss. 129–142.

22 Por. C. Spooner, *Undead Fashion. Nineties Style and the Perennial Return of Goths* [w:] *Goth. Undead Subculture*…, ss. 143–154.

i niepokojących fasonach. Nastrój niepokoju podsycały utapirowane fryzury i *make-up* modelek i modeli różnych płci, na bladych twarzach których odcinał się ciemny makijaż oczu, a niejednokrotnie także ciemne usta (uznane wcześniej za przejaw kiczu i złego smaku)[23]. Do rozsławienia gotyckiej kolekcji Gaultiera przyczyniła się także Madonna, prezentując jedną z kreacji w teledysku do piosenki *Frozen*[24]. Gaultier zasłynął także jako propagujący gotycką androgynię i kamp poprzez swoich modeli[25].

W XXI wieku gotyckie, niezwykle oryginalne i awangardowe stroje i zestawy prezentuje już wiele znanych domów mody oraz projektantów i projektantek. Należą do nich dom mody Dior i związany z nim przez wiele lat John Galliano, których paryski pokaz z jesieni 2006 roku (przywodzący reporterce „Vogue'a" na myśl jednocześnie Siouxsie Sioux, Joannę d'Arc i Sandro Botticellego[26]) czy też prezentacja wiosennej kolekcji z roku 2010[27] odbiły się szerokim echem między innymi wśród fanów mody gotyckiej. Alexander McQueen jest natomiast znany ze swojego stylu *black-retro*, prezentowanego między innymi na słynnym pokazie jesień–zima 2006/2007[28], choć gotyckie inspiracje McQueena widoczne były już w kolekcji *haute couture* zaprojektowanej w roku 1997 dla Givenchy[29]. W tym roku estetykę gotycką wykorzystują Alessandro Michele i Gucci, proponując gotyk w stylu surrealistyczno-farmerskim z wyraźnymi odniesieniami biblijnymi w kampanii *The Criuse 2019*[30]. Z estetyką punkową i gotycką kojarzeni są także Thierry Mugler, Rick Owens oraz Chanel i niedawno zmarły Karl Lagerfeld[31].

Moda gotycka przestała być elementem undergroundowym i kojarzyć się z niższymi warstwami społecznymi czy marginalną alternatywą muzyczną. Stała się za to nowym rodzajem kampowego szyku i ekstrawagancji, a przez to – dobrym tematem dla „Vogue'a".

---

23 Por. L. Borrelli-Persson, *Spring 1998 Couture. Jean-Paul Gaultier* [on-line:] https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-1998-couture/jean-paul-gaultier [10.05.2019].

24 Por. C. Spooner, op. cit., s. 151; Madonna *Frozen. Official Music Video* [on-line:] https://www.youtube.com/watch?v=evxEOXkxRIA [10.05.2019].

25 Por. L. Borrelli-Persson, *Gaultier's Muse Tanel Bedrossiantz Is the King of Runway Camp* [on-line:] https://www.vogue.com/article/tanel-bedrossiantz-runway-camp-theme-jean-paul-gaultier [11.05.2019].

26 Por. S. Mower, *Gucci. Fall 2006 Couture* [on-line:] https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2006-couture/christian-dior [11.05.2019].

27 Por. eadem, *John Galliano. Spring 2010 Ready-to-Wear* [on-line:] https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2010-ready-to-wear/john-galliano [11.05.2019].

28 Por. V. Steele, J. Park, op. cit., s. 59; FF Channel, *Alexander McQueen | Fall Winter 2006/2007 Full Show | Exclusive* [on-line:] https://www.youtube.com/watch?v=HdV6NNog-No [11.05.2019].

29 Por. V. Steele, J. Park, op. cit., ss. 79–80.

30 Por. *Gucci Gothic* [on-line:] https://www.gucci.com/us/en/st/stories/advertising-campaign/article/2019-cruise-advertising-campaign-shoppable [15.05.2019].

31 Por. L. Sirera, *Bella Hadid Makes Her Epic Chanel Runway Debut as a Glam Gothic Beauty* [on-line:] https://www.eonline.com/de/news/720565/bella-hadid-makes-her-epic-chanel-runway-debut-as-a-glam-gothic-beauty [15.05.2019].

Gotyk nie zawsze będzie czarny – *pastel goth, nu goth, gothic lolita* i *visual kei*

W XXI wieku rozwinęły się dwa wyjątkowo nietypowe zachodnie nurty w gotycyzmie – *pastel goth* oraz *nu-goth*.

Nu-gotki i nu-gotów można zwykle zauważyć dzięki jaskrawym, kolorowym włosom, koszulkom z nadrukami zawierającymi slogany z czarnym humorem, podziurawionym spodniom lub rajstopom, a także butom na platformie lub niskim glanom, często zupełnie czarnym lub zawierającym kolorowe akcenty. Z kolei *pastel goth*, czyli styl pełen pastelowych kolorów, uroczych ubrań i dodatków, najłatwiej określić jako łączący słodycz z budzeniem przerażenia[32]. Efekt ten udaje się uzyskać dzięki używaniu elementów charakterystycznych dla kultury gotyckiej, rockowej i metalowej, takich jak odwrócone krzyże, pentagramy, gałki oczne czy czaszki, jednak prezentowanych w pastelowych, jasnych kolorach – takich jak róż, fiołkowy fiolet czy mięta lub lekki seledyn[33]. Style takie jak *nu-goth* i *pastel goth* są postrzegane jako nieautentyczne z punktu widzenia radykalnej, oldschoolowej tradycji gotyckiej lat osiemdziesiątych – jeszcze dalej idące przekształcenia konwencji wprowadzają jednak dwie z azjatyckich propozycji stylu gotyckiego.

Jedną z charakterystycznych wersji alternatywnej mody gotyckiej w Japonii oferuje subkultura *gothic lolit*, która wyewoluowała z połączenia europejskiego i amerykańskiego gotyku z modą japońskich lolit. Isaac Gagne uważa, że styl *gothic lolita* powstał w wyniku fascynacji japońskiej części subkultury gotyckiej wyglądem wiktoriańskich kobiet[34]. Członkinie i członkowie subkultury *gothic lolit* wyglądają wręcz niczym lalki w szykownych sukniach balowych noszonych na co dzień, wysokich kołnierzach z falbanami i wykwintnych akcesoriach, takich jak welony, diademy czy wymyślne kolie. Czasami wymienia się podtypy stylu *gothic lolita*, takie jak między innymi *kurorori* („czarna lolita"), *shirorori* („biała lolita") czy też *amarori* („słodka lolita")[35]. Styl *gothic lolit* pokazał, że moda gotycka nie musi być w ogóle punkowa ani surowa jak w Europie lat osiemdziesiątych – a może być niewinna, kobieca i urocza. Estetyka lolit była inspiracją dla innego stylu, wykorzystywanego przez dużą grupę gwiazd japońskiej sceny gotyckiej, punkowej i związanej z japońskim rockiem w ogóle.

Można zapytać, co znaczy „gotycki" w muzyce? Isabella van Elferen opisuje zjawisko muzyki gotyckiej jako dość szerokie – gotyckie mogą być ścieżki dźwiękowe do

32 Ang. „*sickeningly* sweet" lub „*creepy-cute*". Por. S. Newman, *The Evolution of the Perceptions of the Goth Subculture* [on-line:] https://scholarsarchive.jwu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1029&amp=&context=-student_scholarship&amp=&sei-redir=1&referer=https%253A%252F%252Fscholar.google.pl%252Fscholar%253Fhl%253Dpl%2526as_sdt%253D0%25252C5%2526q%253Dpastel%252Bgoth%2526btnG%253D#search=%22pastel%20goth%22, s. 23 [25.04.2019].

33 Por. ibidem.

34 Por. ibidem, ss. 8–10.

35 Por. ibidem.

gier elektronicznych, muzyka filmowa, taneczna muzyka klubowa; gotyckich początków niektórzy poszukują także w dawnej muzyce poważnej. Jednak według Elferen sam *gothic rock* wyewoluował z twórczości zespołów występujących w londyńskim klubie Batcave w latach 1982–1985 – takich jak Bauhaus, Siouxsie and the Banshees, The Cure i Alien Sex Fiend[36]. Dla Elferen zespołem, który może zostać uznany za kanoniczny dla podgatunku, stała się grupa Joy Division z jej onirycznymi tekstami nawiązującymi do nawiedzeń, z wykorzystaniem skali doryckiej, transowymi repetycjami w strukturze samej kompozycji i z charakterystycznym, emocjonalnym barytonem Iana Curtisa[37]. Od końca lat osiemdziesiątych wpływy europejskiego gotyckiego rocka można było zauważyć już bardzo daleko od Londynu – także w Japonii, gdzie niezwykle widoczne były między innymi w twórczości jednego z prekursorów gatunku *visual kei* – zespołu Buck-Tick (opisane wyżej charakterystyczne brzmienie odosobnienia i chłodu, teksty skupione na niespełnionej miłości, romantycznym bólu i oniryzmie, gotycki męski i emocjonalny baryton). Innymi znanymi zespołami *visual kei*, które dość wyraźnie wykorzystują wpływy gotyckie w swojej muzyce, są Penicillin, Exist Trace i Madame Edwarda. Miyuki Hashimoto uważa *visual kei* za podgatunek samej kultury popularnej, odnoszący się do ruchu w muzyce J-rockowej, mający swój początek w latach dziewięćdziesiątych xx wieku i skupiony wokół ekspresji scenicznej i efektu wizualnego, jaki prezentują muzycy na scenie i w mediach. Według Hashimoto termin „*visual kei*", o ile odnosi się do kultury muzycznej i artystycznej ekspresji, nie denotuje samej muzyki i nie jest używany jako nazwa gatunku muzycznego[38]. Pogląd prezentowany przez Hashimoto jest dość powszechny i może być dodatkowo uzasadniony tym, że muzyka J-rockowa skupiona wokół ruchu *visual kei* jest dość różnorodna. O ile osobiście nie zgadzam się z tym stwierdzeniem i uważam *visual kei* za dość charakterystyczny, specyficznie japoński podgatunek rocka gotyckiego, o tyle pogląd Hashimoto pokazuje, jak ogromna część tego nurtu opiera się na modzie i stylistyce wizualnej oraz ekspresji emocji i indywidualnego charakteru za ich pośrednictwem.

Zaklasyfikowanie zespołów *visual kei* jako gotyckich może zapewne wzbudzić wiele kontrowersji wśród fanów angielskiego *gothic rocka* lat osiemdziesiątych. Koronkowe stroje i niezwykle zdobne suknie przebranych muzyków, scenografia nawiązująca do bajkowych ruin rodem z *Zamczyska w Otranto*[39], świece na ozdobnych kandelabrach gaszone pomalowanymi paznokciami chudych, białych dłoni[40] – to wszystko

36 Por. I. van Elferen, *Gothic Literary Studies. Gothic Music. The sounds of the Uncanny*, Cardiff 2012, s. 139.

37 Por. ibidem, ss. 140–141.

38 Por. M. Hashimoto, *Visual Kei Otaku Identity – An Intercultural Analysis,* „Intercultural Communication Studies" 2007, No. 16, ss. 87–99.

39 Por. Versailles, *Aristocrat's Symphony [Official Music Video]* [on-line:] https://www.youtube.com/watch?v=x1I3JLVs8YI [30.04.2019].

40 Por. BUCK-TICK, *Romance* [on-line:] https://www.youtube.com/watch?v=vR2XtoRz9hE [21.05.2019].

może wzbudzać śmiech i oburzenie. *Gothic rock* na pewno nie miał być jednak muzyką śmieszną – wręcz przeciwnie. Steele uważa, że na przykład styl japońskich gotyckich lolit jest już czymś fałszywym[41], zbyt słodkim na gotyk. Jednak ten, kto poza nawias gotyku wyrzucałby takie estetyki jak *visual kei*, *pastel goth, nu goth i gothic lolita*, zapominałby o niezwykle ważnym elemencie gotycyzmu w ogóle – a mianowicie o kampie, przez Susan Sontag wywodzonym z estetyki gotyckiej osiemnastego wieku, w którym badaczka dostrzega wyraźną linię podziału pomiędzy czasami, kiedy kamp nie istniał, a tymi, w których pojawił się w sztuce. To w tej epoce, według Sontag, widzimy początek kampowego gustu – w gotyckich powieściach, chińszczyźnie, karykaturze, sztucznych ruinach[42]. Według badaczki kamp „jest to miłość do tego, co przesadne, *co się nie mieści*"[43]. Jego korzenie sięgają dawnej, ściśle określonej klasy społecznej, do której tak uwielbiają nawiązywać w swoich tekstach (jak *Aristocrat's Symphony*), stylizacjach koncertowych i teledyskach muzycy Versailles Philharmonic Quintet, odnoszący się do arystokracji, której snobizm stanowił podłoże rozwoju kampu[44]. Susan Sontag pokazuje też, kogo najczęściej ukazują kampowe dzieła – są to osoby wychudzone i odbiegające od normy na rozmaite inne sposoby. Jednym z najwyraźniejszych wzorców kampowej wrażliwości jest według niej hermafrodyta[45]. Gust kampowy czerpie z nieuświadomionej prawdy o źródle smaku i najbardziej wyrafinowanych form atrakcyjności seksualnej, czyli tych, które polegają na postępowaniu wbrew własnej płci: „W bardzo męskich mężczyznach najpiękniejszy jest właśnie jakiś element kobiecości, w najbardziej kobiecych kobietach najpiękniejszy jest jakiś rys męski…"[46]. To tłumaczyłoby androgyniczny lub niebinarny płciowo wygląd wielu wykonawców gotyckiego rocka, w *visual kei* prowadzący powoli do granic artystycznego, fetyszystycznego, słodkiego absurdu. Dlatego artystki z Exist Trace będą wyglądały agresywnie, androgynicznie, ale i zdecydowanie, kiedy ubrany w niezwykle kobiecą suknię na obszernym stelażu gitarzysta Versailles i Jupitera, Hizaki, będzie z wyjątkowo kobiecym wdziękiem grał solo przy zamkowej wieży. Należy jednak zwrócić uwagę na przesunięcie akcentu płciowości w kampie za sprawą współczesnej mody i kultury gotyckiej – z postępowania wbrew własnej płci na zdecydowanie bardziej etyczną i uniwersalną androgynię proponowaną przez Goodlad[47]. Być może dzięki współczesnej modzie gotyckiej ideałem kampu nie jest już hermafrodyta, ale osoba androgyniczna w rozumieniu proponowanym przez badaczkę.

41 Por. V. Steele, J. Park, op. cit., ss. 54–57.
42 Por. S. Sontag *Notatki o kampie*, tłum. W. Wartenstein, „Literatura na Świecie" 1979, nr 9, s. 312.
43 Ibidem.
44 Por. ibidem, s. 321.
45 Por. ibidem, s. 311.
46 Ibidem, ss. 311–312.
47 Por. L. M. E. Goodlad, op. cit., ss. 89–118.

Podsumowanie – triumf kampu

Gotycyzm jeszcze do początku XXI wieku posiadał zdecydowanie silniejszą aurę niesamowitości i wzniosłości, zarówno jeśli chodzi o reprezentujące go dzieła, jak i o samą koncepcję gotyckiego życia. Do tej pory emanowały one mrokiem i tajemnicą, ich aura osłabia się jednak, a sam gotycyzm w obecnym dyskursie postmodernistycznym staje się jeszcze bardziej groteskowy, a czasami nawet pozornie kiczowaty lub niezwykle kampowy. Aura gotycyzmu i gotyckiego stylu życia została „zdetronizowana", ponieważ „[i]stotą rzeczy w kampie jest detronizacja powagi. Kamp jest żartobliwy, niepoważny"[48].

Współcześnie kryterium demarkacji tego, co gotyckie, diametralnie się zmieniło, a centrum gotyku stały się groteska oraz zawsze w nim obecny kamp, który, w rozumieniu Sontag, pozwala widzieć wszystko w cudzysłowie – i tak samo brać w cudzysłów sam gotycyzm[49]. Być może należałoby więc mówić dzisiaj nie o stylu gotyckim, lecz „gotyckim", nie o gotycyzmie ani gotyku, lecz „gotycyzmie" i „gotyku". Obecnie nie mamy już do czynienia z gotycyzmem przywołującym obrazy śmierci, destrukcji oraz rozkładu i sugerującym, że coś jest ciemne, barbarzyńskie, mroczne i makabryczne[50]. Współczesny gotycyzm, czy też „gotycyzm", może być nawet wesoły, karnawałowy, świąteczny bądź uroczy, koronkowy i pastelowy. Może stanowić doskonałą grę fetyszy, ale też równie dobry temat na pokaz *haute couture*. W postmodernistycznym dyskursie kultura i estetyka gotycka przekroczyły wiele granic, które początkowo uznawano za sztywne i nienaruszalne. Czy może jednak mamy do czynienia z nowym tworem, który moglibyśmy określić jako postgotycyzm albo neogotycyzm (nie myląc go z neogotykiem w architekturze)? Należy pamiętać, że nie obcujemy tutaj z prostą parodią stylistyki gotyckiej ani intelektualnym ironizowaniem – bowiem według Sontag czysty kamp jest zawsze do pewnego stopnia nieświadomy i naiwny[51]. „Jest sztuką, która chce być traktowana poważnie, ale nie może zostać tak potraktowana"[52]. W ten sposób, łącząc groteskę z kampem, mamy do czynienia z czymś gotycko-wspaniałym i kuriozalnie nieodpowiednim stylistycznie zarazem, bowiem „odpowiedź, która określa kamp [brzmi]: to jest dobre, bo jest okropne"[53]. I to samo możemy dzisiaj powiedzieć w stosunku do gotycyzmu i gotyckiej mody – a jako pojęcie otwarte gotycyzm ma w przyszłości jeszcze wiele do zaoferowania, zarówno w modzie i muzyce, jak i kulturze w ogóle.

48 S. Sontag, op. cit., s. 320.
49 Por. ibidem, s. 312.
50 Por. V. Steele, J. Park, op. cit., s. 3.
51 Por. S. Sontag, op. cit., s. 314.
52 Ibidem, ss. 315–316.
53 Ibidem, s. 323.

Bibliografia

Allen K., *Chinese goths post selfies in protest after subway* incident [on-line:] https://www.bbc.com/news/world-asia-china-47615966 [20.03.2019].

Borrelli-Persson L., *Gaultier's Muse Tanel Bedrossiantz Is the King of Runway Camp* [on-line:] https://www.vogue.com/article/tanel-bedrossiantz-runway-camp-theme--jean-paul-gaultier [11.05.2019].

Borrelli-Persson L., *Spring 1998 Couture. Jean-Paul Gaultier* [on-line:] https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-1998-couture/jean-paul-gaultier [10.05.2019].

Bronk A., *Filozofia i nauka. Problem demarkacji*, „Roczniki Filozoficzne" 1995, z. 1.

Buck-Tick, *Romance* [on-line:] https://www.youtube.com/watch?v=vR2XtoRz9hE [21.05.2019].

Chinese metro apologises after goth community protest forced makeup removal [on-line:] https://www.hongkongfp.com/2019/03/20/chinese-metro-apologises-goth-community-protest-forced-makeup-removal/ [20.03.2019].

van Elferen I., *Gothic Literary Studies. Gothic Music. The sounds of the Uncanny*, Cardiff 2012.

Ellis-Petersen H., *China's goths protest after woman told to remove „distressing" make-up on subway* [on-line:] https://www.theguardian.com/world/2019/mar/19/chinas-goths--protest-after-woman-told-to-remove-distressing-make-up-on-subway [20.03.2019].

FF Channel, *Alexander McQueen | Fall Winter 2006/2007 Full Show | Exclusive* [on-line:] https://www.youtube.com/watch?v=HdV6NNog-No [11.05.2019].

Gagne I., *Urban Princesses. Performance and „Women's Language" in Japan's Gothic/Lolita Subculture*, „Linguistic Journal of Anthropology" 2008, Vol. 18, Iss. 1.

Goth. Undead Subculture, Durham 2007, eds. L. M. E. Goodlad, M. Bibbly.

Goulding C., Saren M., *„Gothic" entrepreneurs: a study of the subcultural commodification process* [w:] *Consumer Tribes*, eds. B. Cova, R. Kozinets, A. Shankars, New York 2012.

Gucci Gothic [on-line:] https://www.gucci.com/us/en/st/stories/advertising-campaign/article/2019-cruise-advertising-campaign-shoppable [15.05.2019].

Haraway D., *Manifest cyborga*, tłum. E. Franus [on-line:] http://www.magazynsztuki.eu/old/archiwum/post_modern/postmodern_9.htm [11.10.2019].

Hashimoto M., *Visual Kei Otaku Identity – An Intercultural Analysis,* „Intercultural Communication Studies" 2007, No. XVI.

Madonna, *Frozen. Official Music Video* [on-line:] https://www.youtube.com/watch?v=evxEOXkxRIA [10.05.2019].

Mower S., *Gucci. Fall 2006 Couture* [on-line:] https://www.vogue.com/fashion--shows/fall-2006-couture/christian-dior [11.05.2019].

Mower S., *John Galliano. Spring 2010 Ready-to-Wear* [on-line:] https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2010-ready-to-wear/john-galliano [11.05.2019].

Newman S., *The Evolution of the Perceptions of the Goth Subculture* [on-line:] https://scholarsarchive.jwu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1029&amp=&context=student_scholarship&amp=&sei-redir=1&referer=https%253A%252F%252Fscholar.google.pl%252Fscholar%253Fhl%253Dpl%2526as_sdt%253D0%25252C5%2526q%253Dpastel%252Bgoth%2526btnG%253D#search=%22pastel%20goth%22 [25.04.2019].

Sirera L., *Bella Hadid Makes Her Epic Chanel Runway Debut as a Glam Gothic Beauty* [on-line:] https://www.eonline.com/de/news/720565/bella-hadid-makes-her-epic--chanel-runway-debut-as-a-glam-gothic-beauty [15.05.2019].

Sontag S., *Notatki o kampie*, tłum. Wanda Wartenstein, „Literatura na Świecie" 1979, nr 9.

Steele V., Park J., *Gothic. Dark glamour*, London 2008.

The Darkness, *One Way Ticket to Hell… and Back*, *One Way Ticket to Hell… and Back*, Atlantic Records 2005.

Versailles, *Aristocrat's Symphony* [*Official Music Video*] [on-line:] https://www.youtube.com/watch?v=xiI3JLVs8YI [30.04.2019].

W kręgu czarnego romantyzmu. Inspiracje, motywy, interpretacje, red. M. Piechota, J. Strzałkowski, A. Szumiec, Katowice 2018.

Weitz M., *Rola teorii w estetyce* [w:] *Estetyka w Świecie*, t. 1, red. i tłum. Maria Gołaszewska, Kraków 1984.

Wokół gotycyzmów. Wyobraźnia, groza, okrucieństwo, red. G. Gazda, J. Płuciennik, A. Izdebska, Kraków 2002.

Young T. H., *Dancing on Bela Lugosi's Grave. The Politics and Aesthetics of Gothic Club Dancing*, „Dance Research. The Journal of the Society for Dance Research" 1999, No. 17.

Streszczenie

Estetyka gotycka obejmuje wiele aspektów i dziedzin kultury i sztuki, także modę. Terminy „gotycyzm" oraz „gotycki" są otwarte w rozumieniu zaproponowanym przez Morrisa Weitza i niemożliwe do pojęciowego zamknięcia. Tym, co charakteryzowało modę gotycką w wieku dwudziestym, a szczególnie w latach osiemdziesiątych, były mrok, makabreska, barbarzyńskość, fascynacja obrazami śmierci, destrukcji i rozkładu oraz stylizacja sztuki i pewnych aspektów swojego życia na średniowiecze. Moda gotycka kojarzona była wtedy także z subkulturowym, muzycznym podziemiem spod znaku rocka gotyckiego. Współcześnie, w wieku xxi, obraz gotycyzmu zmienia się, a elementy gotyckie zostały wprowadzone do mody typu *high-end fashion* i uwidaczniają się na pokazach wielkich projektantek i projektantów, w ich kampaniach oraz poprzez znane magazyny modowe. Poza tym zmiana kryterium demarkacji gotyckości poprzez kamp i wpływy postfeministyczne pozwoliła na wykształcenie się nowych stylów w obrębie mody gotyckiej, takich jak *pastel goth*, *nu goth*, *gothic lolita* i *visual kei*.

Summary

"One Way Ticket to Hell... and Back." The High-End Turn of the Gothic Fashion and the Change of Demarcation Criterion of Gothic in Fashion

The gothic aesthetics is noticeable in many aspects of today's culture and art – also in the fashion culture and industry. The term Gothic is an open concept and we cannot create an adequate definition by trying to close it terminologically. In the 20th century the gothic fashion was being characterised as dark, barbaric and macabre, evoking the images of death, destruction and decay, while also having much to do with stylisation of some aspects of life, art and culture as medieval. The gothic fashion was seen as alternative fashion of the subcultural and music underground back then. Today, in the 21st century, gothic is changing its appearance and becomes a part of the high-end designers' fashion seen in their shows, campaigns and fashion magazine articles. The change in the demarcation point of what is gothic, brought about by the discourses of camp and post-feminism, has also been fruitful in developing the new styles in gothic fashion – such as Pastel Goth, Nu Goth, Gothic Lolita and Visual Kei.

Klaudia Strzyżewska

Patchwork identity w twórczości Yayoi Kusamy. Strój jako element autokreacji

Instytut Historii Sztuki, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

Procesy kreowania publicznego wizerunku to elementy współczesnej kultury wizualnej, którym poddaje się niemal każdy jej użytkownik. Podprogowe komunikaty, wszechobecny konsumpcjonizm oraz kontrolujące niemal każdą dziedzinę życia media społecznościowe współtworzą „globalny supermarket kultury"[1], który wpływa na konstytuowanie się indywidualnych i zbiorowych tożsamości. Mariola Bieńko w tekście *Sposoby posługiwania się tożsamością seksualną w kulturze popularnej* przytacza pojęcie „*patchwork identity*", które omawia na podstawie trzech rodzajów tożsamości: utowarowionej, ucieleśnionej i odwzorowanej medialnie. Powołując się na Zygmunta Baumana, Judith Butler i Ervinga Goffmana, analizuje różne praktyki społeczno-kulturowe prowadzące do powstania tożsamości *per se*[2].

Podążając za ramami interpretacyjnymi Bieńko, w poniższym tekście pragnę scharakteryzować proces kształtowania wizerunku publicznego japońskiej artystki, Yayoi Kusamy, ze szczególnym uwzględnieniem stroju jako praktyki jego kreowania. Mnogość procesów konstytuujących tożsamość Kusamy jako artystki nie pozwala na przytoczenie każdego z nich, dlatego też analizę ograniczam jedynie do wybranych działań z lat sześćdziesiątych xx wieku. Był to w życiu artystki nie tylko czas przełomowy (ze względu na wzrastającą popularność rewolucyjnych działań, takich jak happeningi z cyklu *Self-Obliteration*), ale także okres wytworzenia symbolicznej przestrzeni, w której konsekwentnie kreowała swój publiczny wizerunek.

1 M. Bieńko, *Sposoby posługiwania się tożsamością seksualną w kulturze popularnej* [w:] *Kultura popularna. Konteksty teoretyczne i społeczno-kulturowe,* red. A. Gromkowska-Melosik, Z. Melosik, Kraków 2010, s. 183 [za:] G. Mathews, *Supermarket kultury. Kultura globalna a tożsamość jednostki*, tłum. E. Klekot, Warszawa 2010, s. 17.

2 Por. Ibidem, ss. 181–205.

Sztuka tworzona przez Kusamę od zawsze nierozerwalnie związana była z prywatnym życiem artystki. Motyw kropek, pojawiających się do dziś w twórczości Japonki, towarzyszy artystce już od najmłodszych lat. Artystka wczesną młodość spędziła w rodzinnym Matsumoto w prefekturze Nagano, zaś w 1957 roku wyjechała do Stanów Zjednoczonych – ówczesnej mekki artystów. Choć Nowy Jork dawał olbrzymie możliwości, których brakowało w konserwatywnej wówczas Japonii, był środowiskiem naznaczonym dominacją patriarchatu – przede wszystkim białego heteroseksualnego mężczyzny. Prace artystki często powstawały w opozycji do ekspresjonizmu abstrakcyjnego, przywodziły na myśl sztukę minimalizmu czy dopiero zdobywający wówczas popularność pop-art. To także dzieła określane mianem feministycznych – większość z nich powstała w opozycji do opresyjnego, jak je postrzegała Kusama, środowiska mężczyzn.

To syntetyczne podsumowanie działalności artystki w Nowym Jorku ma na celu podkreślenie jedności Kusamy z tworzoną przez nią sztuką. Podejmowane przez Japonkę zagadnienia orientalizmu czy dyskryminacji kobiet wynikają z indywidualnych doświadczeń, a kreowanie publicznego wizerunku oscyluje pomiędzy hybrydyzacją tożsamości prywatnej i publicznej.

Od garsonki do kimona

Pierwsze, monograficzne wystawy Kusamy odbyły się w latach pięćdziesiątych. Artystka, uczestnicząc w wernisażach, nigdy nie zwracała na siebie uwagi – ubierała się skromnie, zazwyczaj wybierając dwuczęściową garsonkę i gładko zaczesując włosy w kok, tym samym przypominając raczej pracownicę biurową niż kreatywną wizjonerkę[3].

Dynamiczna zmiana wizerunku Kusamy zaczęła się wraz z początkiem lat sześćdziesiątych – artystka zrezygnowała ze strojów formalnych, zamieniając je na kimona, a jej fryzury czy makijaż przypominały filmową kreację Elizabeth Taylor z filmu *Kleopatra* w reżyserii Josepha Leo Mankiewicza[4]. Motyw kimona pojawiał się nie tylko przy okazji publicznych wystąpień związanych z inauguracją projektów wystawienniczych, ale zaczął przenikać także do happeningów organizowanych przez Japonkę.

Lata sześćdziesiąte to także czas, w którym Kusama poprzez ewoluującą sztukę coraz wyraźniej zmierzającą ku tematyce społeczno-politycznej dążyła do maksymalnej rozpoznawalności swojej osoby. Często pojawiała się w mediach, chętnie uczestniczyła w sesjach zdjęciowych, a przy realizacjach happeningowych dbała o pełną dokumentację wydarzeń.

3 Por. S. Lee, *The Art and Politics of Artists' Personas. The Case of Yayoi Kusama*, „Persona Studies" 2015, Vol. 1, No. 1, s. 33.

4 Por. ibidem.

Orientalizm, czyli o tożsamości odwzorowanej medialnie

Walking Piece to performans, który odbył się na Dolnym Manhattanie w Nowym Jorku w 1966 roku[5]. Kusama w tradycyjnym japońskim stroju przemierzała ulice miasta, odtwarzając sceny zainspirowane *Madamą Butterfly*, operą Giacoma Pucciniego pochodzącą z 1904 roku. Praca została udokumentowana za pomocą dwudziestu czterech kolorowych zdjęć, których autorem jest japoński fotograf – Eikoh Hosoe.

Madama Butterfly pierwotnie funkcjonowała w kulturze jako napisana przez Johna Luthera Longa krótka opowieść przedstawiająca historię piętnastoletniej Japonki – Cio Cio San (Butterfly), która była wychowywana w Nagasaki i pracowała jako gejsza, by wspomóc finansowo rodzinę. Cio Cio San poślubiła amerykańskiego oficera marynarki – Pinkertona, który krótko po ślubie opuścił Butterfly i, pozostawiwszy dziewczynę z dzieckiem, wyjechał do Stanów Zjednoczonych. Po trzech latach Amerykanin powrócił do Japonii wraz z kolejną żoną – Kate. Celem wizyty było odebranie Butterfly dziecka i wychowanie go przez Pinkertona i żonę. Japonka, która darzyła Amerykanina prawdziwym uczuciem (tuż przed ceremonią zaślubin potajemnie zmieniła nawet dla niego religię), gdy dowiedziała się, że jej luby odwiedził Japonię z Kate, by odebrać jej syna, popełniła samobójstwo, przebiwszy się sztyletem ojca, na którym widniała inskrypcja „*Who cannot live with honor must die with honor*" ['Kto nie umie żyć honorowo, winien honorowo umrzeć'].

Performans Kusamy to swoista rekonstrukcja opery Pucciniego. Artystka nie skupiła się jednak wyłącznie na odtworzeniu dzieła pod względem narracyjnym – istotną rolę w *Walking Piece* pełniła także postać gejszy. Performerka, przemierzając we wzorzystym kimonie ulice Dolnego Manhattanu i trzymając w dłoni parasol, do którego dołączone były kwiaty, zwracała uwagę na błędny wizerunek gejszy rozpowszechniony wśród zachodniego społeczeństwa. Owe wyobrażenia nie nawiązywały bowiem do tradycyjnych japońskich przedstawień wywodzących się z *ukiyo-e* (na przykład prace, których autorem jest Hokusai Katsushika), lecz bazowały na amerykańskich stereotypach, według których gejsze były niesłusznie utożsamiane z kurtyzanami.

Jak zaznacza Soojin Lee, Kusama, „wcielając się w postać gejszy, zapraszała widzów do zaspokojenia swych utajonych orientalnych fascynacji"[6]. Artystka lekceważyła istotne dla Japończyków zasady związane z ceremonią przywdziewania stroju, które wśród społeczeństwa amerykańskiego nie znajdowały uznania – większość osób prawdopodobnie nie posiadała dostatecznej wiedzy, by ocenić wykroczenia przeciwko

5 Por. dokumentacja fotograficzna, Yayoi Kusama: Walking Piece, 1966 & Kusama's Self Obliteration, 1967 [on-line:] https://www.sammlung-goetz.de/en/Exhibitions/past/2003/Yayoi_Kusama.htm [13.10.2019].

6 „Thus performing a geisha, she invited passers-by to indulge in latent Oriental fantasies" – S. Lee, s. 35, przekład filologiczny własny – K. S.

tradycyjnej kulturze japońskiej dotyczące prezentowanego stroju. Stephanie Assmann w rozprawie poświęconej kimonom zwraca uwagę na zmianę statusu kimona w kulturze powojennej, definiując je jako konserwatywny element garderoby szanowany jedynie przez starsze pokolenia Japonek[7]. Antropolożka wskazuje, że kimona straciły obecnie swą popularność i są noszone z okazji ślubów, pogrzebów czy ceremonii parzenia herbaty. Rodzaj przywdziewanego kimona zależy od płci, wieku, stanu cywilnego, pory roku oraz klasy społecznej – niewiedza skutkująca nieodpowiednim doborem stroju jest w Japonii uważana za upokorzenie dla osoby noszącej strój. Od lat sześćdziesiątych popularne stały się szkoły, które skupiały się na *kitsuke*, czyli nauce zakładania kimon i zadań z nim związanych. W związku ze stereotypami dotyczącymi kimona czy postaci gejszy traktowanej jako kondensacja kultury japońskiej znanej na Zachodzie powstał zespół badań o nazwie *Nihonjinron*, skupiający się na analizowaniu kulturowej tożsamości Japończyków w odniesieniu do poglądów dotyczących kraju, które rozpowszechniły się (głównie po drugiej wojnie światowej) w Europie oraz Stanach Zjednoczonych[8].

Artystka, wykonując performans *Walking Piece*, była ubrana w jasnoróżowe, ozdobione kwiecistymi wzorami kimono z długimi rękawami. Prawdopodobnie było to *furisode* – strój najbardziej popularny wśród młodych, niezamężnych kobiet, a także niezbędny przy *Seijin-shiki* – ceremonii osiągnięcia dojrzałości (w Japonii – dwadzieścia lat). U Kusamy brak jednak tradycyjnego *obi* – pasa wiązanego powyżej talii. *Obi* jest zazwyczaj dość szeroki i ozdobnie wiązany, natomiast pas artystki przypomina niedbale zawiązaną szarfę. Warto zaznaczyć, że performerka często manipulowała kulturowymi stereotypami, zakładając kimona na istotne dla niej wernisaże czy wystawy[9]. Wykorzystywała oczekiwania społeczeństwa, które ze względu na pochodzenie Kusamy wymagało od niej konkretnych odwołań do japońskiej kultury. Kimono potocznie kojarzone było z tradycyjnymi strojami Azjatek, postrzeganych jako osoby pasywne i skromne, co w późniejszych fotografiach performerki (wykonanych przez Hala Reiffa) kontrastowane było z zupełnie przeciwnym wizerunkiem prowokującej *femme fatale*[10].

Kolejny niestandardowy element w wizerunku Kusamy to brak makijażu, który stanowi jedną z bardziej rozpoznawalnych cech gejszy. Pełen makijaż, czyli biała baza, czerwone usta oraz czerwone i czarne akcenty wokół oczu i brwi, uchodzą za niezbędny

7 Por. S. Assmann, *Between Tradition and Innovation. The Reinvention of the Kimono in Japanese Consumer Culture*, „Fashion Theory" 2008, Vol. 12, Iss. 3, s. 360.

8 Por. ibidem, ss. 362–370.

9 Między innymi pierwsza indywidualna wystawa Kusamy w Stanach Zjednoczonych – Dusanne Gallery (grudzień 1957); pierwsze spotkanie z Josephem Cornellem, późniejszym partnerem artystki.

10 Por. L. Zelevansky, *Driving Image. Yayoi Kusama in New York* [w:] *Love forever. Yayoi Kusama, 1958–1968,* eds. L. Hoptman et al., New York, NY 1998, s. 28.

element wizerunku gejszy[11]. Artystka nie włączyła owego elementu w performans, zrezygnowała także z charakterystycznej fryzury, która pierwotnie wśród gejsz ograniczona była do rozpuszczonych włosów, a od wieku XVII zmieniła się w upięcie w tak zwaną *shimadę* (włosy zbierano na czubku głowy i wydzielano niewielką część w postaci koka[12]). Kusama włosy zaplotła w warkocze, co niejako koresponduje z rodzajem jej kimona. Warkocze mogą być prostym odwołaniem do dzieciństwa performerki – w 1966 roku miała trzydzieści siedem lat, natomiast kimono, które nosiła, w Japonii było przywilejem młodszych osób. Łudząco podobna fryzura jest także obecna w innej pracy Kusamy, również z 1966 roku – *14th Street Happening*. Dokumentacja performansu także została przygotowana przez Hosoego. Akcja rozgrywała się nieopodal loftu artystki, przy Czternastej Ulicy. Na chodniku umieszczono białą podstawę wypełnioną białymi, pokrytymi czerwonymi kropkami fallicznymi formami[13]. Kusama, leżąc na danym obiekcie w czarnej sukience i z zaplecionymi w dwa warkocze włosami, przypominała dziewczynkę z bajki[14]. Hosoe wykonał kilka kolorowych fotografii, rejestrujących ruch publiczności, a także zmieniającej ułożenie ciała artystki.

Trzecim, po ubiorze i charakteryzacji, istotnym elementem składającym się na wizerunek artystki jest ozdobiona od strony wewnętrznej (czarnej) i zewnętrznej (białej) kwiatami parasolka. *Wagasa*, tradycyjna japońska parasolka, będąca jedną z podstawowych części ubioru gejszy, zdecydowanie różni się od parasola użytego przez Kusamę. *Wagasy* wykonuje się z papieru i bambusa, mają więcej żeber i występują w zaokrąglonym kształcie, zaś w zależności od wariantu kolorystycznego przyjmują różne funkcje[15]. Parasol użyty przez performerkę jest przytłaczający i, pomimo kwiatowych dodatków, zdaje się dominować nad drobną figurą kobiety. Ciemny parasol roztacza nad Kusamą posępną aurę i w zestawieniu z przytłaczającą architekturą miasta potęguje uczucie zagubienia performerki.

Kusama zwraca na siebie uwagę poprzez zestawienie egzotycznego kimona z przygnębiającymi nowojorskimi budynkami i przedmieściami. Izolacja, podkreślona przez artystkę, może odwoływać się do ówczesnej sytuacji performerki:

11 Alternatywą dla pełnego makijażu stały się z czasem czerwone usta.

12 Por. *Shimada*, blog *Gejsza* [on-line:] http://gejsza.ucoz.pl/publ/wyglad_i_makijaz_gejszy/shimada/10–1-0–20#.WRncE9LyjDc [4.05.2019].

13 Podobne można znaleźć w *Infinity Mirror Room – Phalli's Field (Floor Show)* z 1965 roku.

14 Por. M. Yoshimoto, *Into Performance. Japanese Women Artists in New York*, New Brunswick, NJ–London 2005, s. 65.

15 Por. *Wagasa – papierowy parasol*, blog *Gejsza* [on-line:] http://gejsza.ucoz.pl/publ/wyglad_i_makijaz_gejszy/wagasa_papierowy_parasol/10–1-0–68#.WRncvdLyjDc [4.05.2019].

> To miasto [Nowy Jork] było piekłem na ziemi. Cały wolny czas spędziłam pracując, bardzo szybko wydawałam wszystkie oszczędności. Zanim się zorientowałam, byłam na skraju ubóstwa. Pojawiało się coraz więcej problemów: zdobycie jedzenia tak, by starczyło na cały dzień; zbieranie pieniędzy na zakup płótna i farb; problemy z przedłużeniem wizy; choroba…[16].

Pracę w kontekście autopromocji rozpatruje Laura Hoptman, twierdząc, że poprzez satyryczne ukazanie postaci Kusama nie mierzy się z problemem zrozumienia czy też sformułowania definicji swej tożsamości narodowej, a japońskie konotacje wykorzystuje wyłącznie w celach promocyjnych[17]. W omawianej pracy głównym nośnikiem informacji jest ciało – łączy ono bowiem wpływy japońskie z wpływami amerykańskimi. Należałoby zadać pytanie, w jakim stopniu *Walking Piece* jest historią tożsamą z opowiadaną przez Pucciniego i jej późniejszym odbiorem, a na ile jest historią Kusamy, wyobcowanej w USA Japonki, która, pomimo pozornej popularności, wciąż pozostaje wyemancypowanym i niezrozumianym podmiotem.

Kusama, powielając w *The Walking Piece* błędne rozumienie japońskiej kultury przez zachodnie społeczeństwo, dokonuje swoistej dekonstrukcji postaci owej „japońskości", którą można także postrzegać w kategorii dezintegracji własnej tożsamości spajającej Japonię i Stany Zjednoczone. Strój wybrany przez artystkę jest w tym przypadku manifestem, który wręcz nienaturalnie podkreśla ojczysty kraj performerki. To celowy zabieg, który z jednej strony jest sprzeciwem wobec postępującego orientalizmu, z drugiej zaś zagraniem czysto marketingowym, mającym na celu zwiększenie zainteresowania mediów i publiczności. Mitologizacja postaci Japonki sprawia, że granice pomiędzy kreacją artystyczną a zwracaniem uwagi na subwersywnie kształtującą się tożsamość narodową ulegają rozmyciu. Kusama, wykorzystując powszechnie występujące stereotypy dotyczące Japonii, sprawia, że „zaciera się granica pomiędzy rzeczywistością społeczną a przekazem medialnym"[18].

Wszechobecny konsumpcjonizm, czyli tożsamość utowarowiona

Podobną strategię artystka zastosowała w happeningu *Narcissus Garden*, wykonanym w czerwcu 1966 roku przy okazji odbywającej się wówczas trzydziestej trzeciej edycji

16 „This city was hell on earth. Spending all my time on my work and studies, I soon burned through what dollars I had. And before I knew it I was living in abject poverty. It was one struggle after another: getting enough food to make it through the day; scraping together cash for canvas and paints; problems with Immigration about my visa, illness…" – Y. Kusama, *Infinity Net. The Autobiography of Yayoi Kusama*, trans. R. McCarthy, London 2011, s. 17, przekład filologiczny z języka angielskiego własny – K. S.

17 Por. L. Hoptman, *Down to Zero. Yayoi Kusama and the European New Tendency* [w:] *Love forever. Yayoi Kusama, 1958–1968*, eds. L. Hoptman et al., New York, NY 1998, s. 53.

18 M. Bieńko, op. cit., s. 190.

Biennale w Wenecji[19]. Niedaleko przestrzeni wystawowej pawilonu włoskiego, na powierzchni dwóch trawników Kusama umieściła półtora tysiąca mechanicznie wyprodukowanych lustrzanych kul, które sprzedawała po dwa dolary za sztukę. Pośród kul artystka umieściła dwie tabliczki – pierwsza z nich informowała o tytule pracy i nazwisku Japonki, zaś druga ukazywała napis „*YOUR NARCISSIUM* [sic!] *FOR SALE*" ['Twój narcyzm na sprzedaż']. Dodatkowo przechodniom wręczała specjalnie wydrukowane ulotki, które zawierały pozytywną opinię historyka sztuki, Herberta Reada, o działalności twórczej Japonki. Artystka występowała wówczas w złotym kimonie i kwiecistym *obi*[20].

Istotna dla pełnego zrozumienia rzeczonego happeningu jest prawidłowa analiza pracy – podstawowym sposobem odczytania symboliki lustrzanych kul powinno być odnalezienie mitologicznych reminiscencji dotyczących lustrzanych figur. Tak zorientowaną interpretację proponuje Ayelet Zohar[21], przypominając historię *magatama* – kulistych kryształowych elementów, którym niektórzy uczeni przypisują nadprzyrodzone siły. Inspiracje historiami mitologicznymi nie kończą się jednak na odwołaniach do kultury japońskiej, już bowiem sam tytuł odsyła do mitologii greckiej, która – według przekazu Owidiusza – opowiada dzieje Narcyza, ukazując młodzieńca jako potocznie rozumiany symbol próżności: kiedy Narcyz pewnego dnia w tafli wody dostrzegł swe odbicie, zakochał się we własnym wizerunku i zmarł, wpatrując się w nieosiągalny ideał – swoją podobiznę. W miejscu jego pochówku wyrósł kwiat nazwany jego imieniem. Zohar wskazuje także na możliwe odczytanie lustra w kategoriach buddyjskich – jako znaku pustki, oświecenia czy całkowitej świadomości, lustra-znaku, które ma umiejętność neutralnego odzwierciedlenia danych przedmiotów czy sytuacji, nie zmieniając swojego charakteru w kontekście przedstawiania danych elementów[22]. Manifestacja lustra jako medium wiernie ukazującego rzeczywistość była prawdopodobnie głównym celem Kusamy. Dzięki wykorzystaniu mitologicznej postaci Narcyza artystka zyskała możliwość zainteresowania uczestników biennale prezentowaną przez siebie instalacją. Poprzez „wystawianie narcyzmu na sprzedaż" performerka krytykuje nie tylko konsumentów, którzy uczestniczą w nieustannie rozwijającym się kapitalistycznym rynku sztuki, ale także marszandów i kolekcjonerów dzieł sztuki oraz artystów sprawiających, że wytwarzane przez nich prace stały się

19 Por. N. Weisberg, *Made for Reflection: Yayoi Kusama's Narcissus Garden* [on-line:] https://www.dailyartmagazine.com/kusamas-narcissus-garden/ [13.10.2019].

20 Por. M. Yoshimoto, op. cit., s. 83.

21 Por. A. Zohar, *Yayoi Kusama: The Jewel, the Mirror and the String of Beads*, „n.paradoxa. international feminist art journal" 2014, Vol. 33, s. 9.

22 Por. ibidem, s. 7.

dostępne jedynie dla zamożnej części społeczeństwa[23]. Performerka przy okazji udzielania wywiadu włoskiemu magazynowi „D'Ars Agency" zaznaczyła, że sztuka nie polega już jedynie na odpowiedniej kompozycji palety malarskiej, ale wkracza w świat idei, która staje się najważniejszym atrybutem artystów; natomiast obowiązkiem wytwórców sztuki jest dostosowanie się do aktualnie panujących warunków ekonomicznych i tworzenie sztuki, która byłaby niedroga oraz dostępna dla każdego[24].

Happening, który Japonka zaprezentowała w ramach instalacji *Ogrodu Narcyza*, był zabiegiem w pełni zaplanowanym, podobnie jak jego fotograficzna dokumentacja. Jeszcze przed ingerencją policji i zakończeniem happeningu Kusama udzieliła wielu wywiadów międzynarodowym magazynom, które wykupiły także zdjęcia owej artystycznej interwencji, dzięki czemu Japonka stała się rozpoznawalna i kojarzona jako artystka walcząca z systemem.

Ogród Narcyza niewątpliwie odnosi się do ówczesnej sytuacji ekonomicznej, a także komercyjnej działalności artystów i definiowania sztuki jako produktu elitarnego, natomiast w pierwszej kolejności powinien być interpretowany w kontekście narracji artystycznej kreowanej przez Kusamę. Traktowanie wizualnych elementów kultury japońskiej, w tym przypadku kimona, jako podkreślenia orientalizmu (rozumianego w kategoriach stereotypowej fascynacji kulturami Wschodu), nie jest pierwszą tego typu manipulacją stosowaną przez Japonkę. Można uznać, że, podobnie jak w wypadku *Walking Piece*, artystka poprzez domniemane podkreślenie więzi łączącej ją z Japonią realizuje jedynie kolejny etap autopromocji. Midori Yamamura, analizując mało entuzjastyczne recenzje wystaw Japonki począwszy od 1964 roku, między innymi *Driving Image Show* (1964) i *Kusama's Peep Show* (1966), zauważa, że Kusama, by zapobiec dalszej degradacji własnej sztuki, decyduje się „stanowczo podkreślić fakt, że jest nie tylko kobietą, ale i Japonką"[25].

Kontynuowanie wykorzystywania tożsamości narodowej w połączeniu z krytyką konsumpcjonizmu można odczytywać w kategorii działań konstytuujących tożsamość utowarowioną, w ramach której towarem są nie tylko dobra materialne, ale także manifestowany przez artystkę orientalizm. Samym towarem staje się wreszcie artystka, która poprzez konsekwentnie budowaną autokreację funkcjonuje jako jeden z elementów kultury wizualnej.

---

23 Jednym z analogicznych działań był happening *Wake the Death*, który odbył się w sierpniu 1969 roku nieopodal Museum of Modern Arts (MoMA) na Manhattanie. Kusama krytykowała w ten sposób ówczesną politykę muzeum, którego program wystawienniczy koncentrował się na propagowaniu prac artystów już nieżyjących, przy jednoczesnej dyskryminacji aktywnie działających twórców. Por. P. Pachciarek, *Kusama Yayoi czyli obsesja kropek*, Warszawa–Toruń 2015, ss. 63–64.

24 Por. L. Hoptman, *Yayoi Kusama: A Reckoning* [w:] *Yayoi Kusama*, London 2000, ss. 18–19.

25 „she decided defiantly to emphasize the fact that she was both Japanese and a woman" – M. Yamamura, *Yayoi Kusama. Inventing the Singular*, Massachusetts 2015, s. 127, przekład filologiczny własny – K. S.

Mimikra śmierci, czyli tożsamość ucieleśniona

Koniec lat sześćdziesiątych to dla Kusamy okres jeszcze intensywniejszych działań – artystka założyła przedsiębiorstwa takie jak Kusama Enterprises, Kusama Polka-Dot Church i Kusama Musical Productions. Szczególnie interesującym przedsięwzięciem była firma Kusama Enterprises, w ramach której powstał oddział Kusama Fashion Company, skupiający się na produkcji sukienek[26]. Ubrania cieszyły się wówczas dużą popularnością i były sprzedawane na terenie Stanów Zjednoczonych w wybranych butikach, między innymi Bloomingdale. Konsekwencją było otwarcie przez Kusamę własnego butiku – w 1969 roku na rogu Szóstej Alei i Ósmej Ulicy powstała przestrzeń przeznaczona dla osobliwych projektów artystki. Sprzedawane tam sukienki nie należały jednak do tradycyjnych modowych wyborów – każda z nich charakteryzowała się indywidualnym krojem oraz nazwą. The Party Dress, The Homo Dress, The See-Through Dress, The Way-Out Dress to tylko niektóre realizacje artystki warte od kilku do kilkunastu tysięcy dolarów[27]. Wszystkie sukienki były szyte ręcznie i zostały pomyślane jako ubrania neutralne płciowo. Większość projektów charakteryzowała się specjalnymi otworami, zlokalizowanymi nierzadko na wysokości narządów płciowych. Wśród produkowanych ubrań znajdowały się także sukienki stylizowane na tradycyjne kimona, jednak – podobnie jak pozostałe tkaniny – ulegały obliteracji (łac. zatarcie, zapomnienie)[28].

Projektowane przez Kusamę ubrania często wykorzystywane były w happeningach autoobliteracji i podobnie jak te realizacje funkcjonowały jako akt sprzeciwu wobec działań rządu. Artystka działała w duchu kontrkultury, a jej definicja wolności dla wielu uczestników tradycyjnie pojmowanego artystycznego życia była zbyt liberalna. Podejmowała także działania o silnym wydźwięku feministycznym, sprzeciwiając się przedmiotowemu traktowaniu kobiet – awangarda lat sześćdziesiątych była wciąż silnie zdominowana przez amerykański patriarchat, który formułował podwójne standardy. Kusama jako Japonka oraz kobieta nieustannie zmagała się z dyskryminacją, dlatego też swoją tożsamość narodową i płeć traktowała jako subwersywne narzędzia do walki z uprzywilejowaniem białego heteroseksualnego mężczyzny.

Choć działalność Kusama Fashion Company wygasła wraz z nadejściem lat siedemdziesiątych, artystka wciąż traktowała swój ubiór jako istotną część artystycznego wizerunku. Już od lat sześćdziesiątych jej stroje przypominały motywy znajdujące się na obrazach (na przykład kropki), a z początkiem XXI wieku medium ubioru stało

26 Por. B. Husodo, *Icons before Instagram: How Yayoi Kusama changed fashion as we know it* [on-line:] https://www.lifestyleasia.com/sg/style/fashion/icons-instagram-yayoi-kusama-changed-fashion-know/ [13.10.2019].

27 Wysokie ceny projektowanych przez Kusamę ubrań stanowiły zaprzeczenie poglądów antykonsumpcjonistycznych, które artystka prezentowała jeszcze w połowie lat sześćdziesiątych.

28 Por. Y. Kusama, op. cit., s. 129.

się niemal nieodłącznym elementem artystycznej działalności Japonki. Kusama na wernisażach organizowanych od XXI wieku konsekwentnie pojawiała się w strojach bezpośrednio nawiązujących do wykorzystywanych w pracach motywów oraz w charakterystycznych perukach. Co więcej, zestawienia znajdujące się na sukienkach korespondowały z dziełami sztuki prezentowanymi na wystawie. Swoistą tradycją stało się fotografowanie Kusamy wśród obrazów, które niemal przenikały się z jej strojem – artystka wraz ze swoimi dziełami zdawały się tworzyć jedność.

W tym kontekście warto zauważyć, że Susan Sontag także podjęła zagadnienia związane z mechanizmem redefinicji własnego wizerunku, którego głównym celem jest „stanie się obrazem samego siebie"[29]. Ten i inne procesy omówiła na przykładzie działalności artystycznej osobliwego tandemu: fotografa Holgera Trülzscha oraz Very Lehndorff, zwanej Veruschką, która także bierze udział w kształtowaniu charakteru wykonywanych zdjęć. Znakiem rozpoznawczym twórczości duetu są obrazy fotograficzne przedstawiające ciało modelki pomalowane w analogiczny do otaczającej je przestrzeni sposób. Zabieg ten prowadzi do swoistego wymazania tożsamości modelki, która staje się niemal przedmiotem. Sontag nazywa te zdjęcia „mimikrą śmierci". Amerykańska aktywistka pisze: „Stając się kimś innym, umieramy jako my sami, podobnie gdy stajemy się rzeczą, taką jak roślina albo kamień"[30], a następnie rozpatruje także możliwe odczytania relacji łączącej modelkę i fotografa, zwracając szczególną uwagę na jej feministyczne aspekty i wskazuje również na konsekwencje wynikające z definiowania wizerunku Lehndorff jako obrazu. Wizualną dematerializację środowiska Veruschki porównać można do procesu znikania Kusamy, widocznego w wykonywanych przez artystkę performansach, publicznych wystąpieniach czy udokumentowanego na zdjęciach.

Patchwork identity jest zatem jedną z wielu strategii kształtowania publicznego wizerunku przez Kusamę. Artystka, sprawnie rozpoznając mechanizmy konstytuujące awangardowe środowiska lat sześćdziesiątych, wykorzystuje swoje ciało jako swoisty tekst. Dowolnie modyfikuje znaczenie, rozbudowując jego możliwości odpowiadające aktualnym oczekiwaniom kulturalno-społecznym. Historyczna perspektywa umożliwia pełne zrozumienie autokreacji realizowanej przez Japonkę od początku lat pięćdziesiątych – dogłębna analiza publicznych zachowań, wybieranych na wernisaże strojów czy orientalnego makijażu pozwala na wskazanie zależności pomiędzy strategiami autopromocji a tworzonymi dziełami sztuki.

Kusama konsekwentnie dążyła do osiągnięcia statusu artystki totalnej. Kreśląc liczne połączenia pomiędzy osobistymi przeżyciami a powstającą sztuką oraz wizualnym upodabnianiem się do swoich obrazów, stworzyła niezwykle istotną dla historii sztuki kolekcję dzieł, a także własną markę rozpoznawalną dziś dla każdego: markę Yayoi Kusama.

29 S. Sontag, *Urywki poświęcone estetyce melancholii*, tłum. S. Magala, „Fotografia" 1988, nr 3–4, s. 2.

30 Ibidem, s. 4.

Bibliografia

Assmann S., *Between Tradition and Innovation. The Reinvention of the Kimono in Japanese Consumer Culture*, „Fashion Theory" 2008, Vol. 12, Iss. 3.

Bieńko M., *Sposoby posługiwania się tożsamością seksualną w kulturze popularnej* [w:] *Kultura popularna. Konteksty teoretyczne i społeczno-kulturowe*, red. A. Gromkowska-Melosik, Z. Melosik, Kraków 2010.

Denzin L., *Images of Postmodern Society. Social Theory and Contemporary Cinema*, Urbana–Champaign, IL 1991.

Dokumentacja fotograficzna, *Yayoi Kusama: Walking Piece, 1966 & Kusama's Self Obliteration, 1967* [on-line:] https://www.sammlung-goetz.de/en/Exhibitions/past/2003/Yayoi_Kusama.htm [13.10.2019].

Hoptman L., *Down to Zero. Yayoi Kusama and the European New Tendency* [w:] *Love forever. Yayoi Kusama, 1958–1968*, eds. L. Hoptman et al., New York, NY 1998.

Hoptman L., *Yayoi Kusama: A Reckoning* [w:] *Yayoi Kusama*, London 2000.

Husodo B., *Icons before Instagram: How Yayoi Kusama changed fashion as we know it* [on-line:] https://www.lifestyleasia.com/sg/style/fashion/icons-instagram-yayoi-kusama-changed-fashion-know/ [13.10.2019].

Kusama Y., *Infinity Net. The Autobiography of Yayoi Kusama*, trans. R. McCarthy, London 2011.

Lee S., *The Art and Politics of Artists' Personas. The Case of Yayoi Kusama*, „Persona Studies" 2015, Vol. 1, No. 1.

Love forever. Yayoi Kusama, 1958–1968, eds. L. Hoptman et al., New York, NY 1998.

Pachciarek P., *Kusama Yayoi czyli obsesja kropek*, Warszawa–Toruń 2015.

Shimada, blog *Gejsza* [on-line:] http://gejsza.ucoz.pl/publ/wyglad_i_makijaz_gejszy/shimada/10–1-0–20#.WRncE9LyjDc [4.05.2019].

Sontag S., *Urywki poświęcone estetyce melancholii*, tłum. S. Magala, „Fotografia" 1988, nr 3–4.

Wagasa – papierowy parasol, blog *Gejsza* [on-line:] http://gejsza.ucoz.pl/publ/wyglad_i_makijaz_gejszy/wagasa_papierowy_parasol/10–1-0–68#.WRncvdLyjDc [4.05.2019].

Weisberg N., *Made for Reflection: Yayoi Kusama's Narcissus Garden* [on-line:] https://www.dailyartmagazine.com/kusamas-narcissus-garden/ [13.10.2019].

Yamamura M., *Yayoi Kusama. Inventing the Singular*, Cambridge, MA 2015.

Yoshimoto M., *Into Performance. Japanese Women Artists in New York*, New Brunswick, NJ–London 2005.

Zelevansky L., *Driving Image. Yayoi Kusama in New York* [w:] *Love forever. Yayoi Kusama, 1958–1968*, eds. L. Hoptman et al., New York, NY 1998.

Zohar A., *Yayoi Kusama. The Jewel, the Mirror and the String of Beads*, „n.paradoxa. international feminist art journal" 2014, Vol. 33.

Streszczenie

Celem artykułu jest wskazanie na znaczenie stroju jako elementu konstytuującego publiczny wizerunek artystów. Autorka, analizując wybrane działania Yayoi Kusamy z lat sześćdziesiątych XX wieku, wskazuje na różnorodne sposoby kształtowania publicznej tożsamości, której struktura przypomina *patchwork identity*. Strój jest częścią strategii artystycznej Kusamy i staje się medium charakteryzującym sztukę artystki, podejmującą tematy takie jak orientalizm, feminizm, konsumpcjonizm i wiele innych. Przeprowadzone analizy podkreślają dynamicznie zmieniającą się personę Japonki, tym samym wskazując na działania artystki prowadzące do całkowitego zjednoczenia się z tworzoną sztuką.

Summary

Patchwork-Identity in the Context of Yayoi Kusama's Art. Fashion As a Part of Creating Public Persona

The goal of this paper is to emphasize the meaning of fashion choices which are a part of artist's public persona. The fundamental part of this text is the analysis of Yayoi Kusama's art, produced during 1960s while the artist lived in New York City. Kusama drew inspiration from the fashion industry to create a peculiar patchwork identity of various topics, including orientalism, feminism, consumerism, and others. The author shows that the creation of Kusama's public persona was a very dynamic process which led to her becoming a total artist.

Wawrzyniec Miścicki

Moda i ideologia. Uwagi o przedstawieniach niegreckich kostiumów w malarstwie wazowym archaicznych Aten

Wydział Polonistyki Uniwersytetu Jagiellońskiego

Rozpoczynając zwiedzanie Muzeum Uniwersytetu Jagiellońskiego w Collegium Maius, natrafiamy na gablotę eksponującą bogatą kolekcję starożytnej ceramiki greckiej Instytutu Archeologii UJ. Ponieważ znajduje się ona na samym początku ścieżki zwiedzania (a być może również dlatego, że greckie wazy umieszczone ciasno obok siebie na kilku szklanych półkach nie przyciągają uwagi, jeśli nie są w wielkiej liczbie lub wielkich rozmiarów), większość gości muzeum przechodzi obok niej, zadowalając się pobieżnym zerknięciem. Nie ma w tym nic niezwykłego, zabytek archeologiczny może mówić sam za siebie, jak to ma miejsce w ekspozycji, lecz pełnia jego znaczeń ukazuje się dopiero w konfrontacji z rozmaitymi kontekstami, w których funkcjonuje. Eksponat, by ciekawił, musi być o p o w i a d a n y, a nie tylko p o k a z y w a n y. To dosyć trywialne spostrzeżenie będzie mieć decydujące znaczenie dla tematyki poruszanej w tym artykule, zaś dla samej jego treści najważniejszym będzie niepozorny fragment wspomnianej kolekcji. Gdy przechodzimy obok gabloty, jedną z pierwszych waz, którą zauważamy, jest skromny lekyt (il. 1–3)[1], naczynie służące do przechowywania

1 Kraków, Uniwersytet Jagielloński, 345; CVA Cracow 1, Poland 11 pl. 43–45 [505]; (zob. też wcześniejsze wydanie CVA): CVA Kraków, Polska 2, pl.7.6a-b [80]; C.H. E. Haspels, *Attic black-figured lekythoi*, Paris 1936, 207.47; P. Bieńkowski, *O lecytach greckich w krakowskich zbiorach*, „Sprawozdania Komisji Historji Sztuki" 1917 nr X, s. 4, fig. 2–3; *Zabytki archeologiczne Zakładu Archeologii Śródziemnomorskiej Uniwersytetu Jagiellońskiego*, red. M. L. Bernhard, Warszawa-Kraków 1976, nr 342, fig. 75; A. Schnapp, *Le chasseur et la cité: chasse et érotique en Grèce ancienne*, Paris 1997, nº 171, fig. 171; J. M. Barringer, *The Hunt in Ancient Greece*, Baltimore 2001 s. 213, przypis nr 47, 51; E. Papuci-Władyka, *Ceramika antyczna w zbiorze zabytków starożytnych Uniwersytetu Jagiellońskiego* [w:] *Egipt, Grecja, Italia… Zabytki starożytne z dawnej kolekcji Gabinetu Archeologicznego Uniwersytetu Jagiellońskiego*, red. J. Śliwa, Kraków 2007, ss. 206–207, pl. 36; W. Miścicki, *In the Realm of the Scheme. The Limits of Interpretation of Archaic Greek Visual Culture. A case of Black-Figure Lekythos from Krakow*, „Studies in Ancient Art and





Il. 1-2. Ateński lekyt czarnofigurowy, 505-500 r. p.n.e., Kraków 345. Przedruk za zgodą Polskiej Akademii Umiejętności, ©PAU.

aromatyzowanej oliwy, po którym oczy zwiedzającego prześlizgują się w stronę okazalszych waz. Lekyt ów wydaje się typowym przedstawicielem grupy tysiąca podobnych przedmiotów, ale gdy w pełni poznamy jego kontekst, stanie się w naszych oczach jedną z najważniejszych waz pochodzących z warsztatów starożytnych Aten, nie ze względu na kunszt i technikę wykonania, ale z powodu programu ikonograficznego, który zdaje się zupełnie zaburzać tradycyjne teorie dotyczące greckiego obrazowania i ideologii okresu archaicznego. By nie tylko zaburzyć, ale przede wszystkim zburzyć owe teorie, musimy umieścić to naczynie we właściwym badawczym kontekście. Program ikonograficzny, przedstawienie, odwołuje się do porządku symbolicznego, porządku znaków – zatem przynależy do domeny semiotyki. Zaś zespół znaków, który zostanie poddany interpretacji, odnosi się do domeny mody – przedmiotem analizy stanie się kostium.

Zacznijmy jednak od początku, od zarysowania istoty problemu – tu punktem wyjścia musi stać się sam opis wazy. Szczegółową deskrypcję tego zabytku możemy znaleźć w katalogu zbiorów wydanym w ramach serii „Corpus Vasorum

Civilization" (SAAC) 2016, Vol. 20, ss. 27–45. Odniesienia do poszczególnych waz są w tym artykule zapisywane zgodnie z tradycyjnym systemem funkcjonującym w tego typu pracach: najpierw podawana jest nazwa kolekcji i numer zabytku, potem umieszczane są katalogi, w których występuje zabytek, zaczynając od katalogu CVA, następnie chronologicznie inne, jeśli występuje – na końcu podaję numer internetowego katalogu Beazely'ego (BA), dzięki któremu można on-line wyszukać pełen opis wazy, bibliografię, a także obejrzeć jej zdjęcia. Potem w porządku chronologicznym umieszczam literaturę przedmiotową, w której dana waza jest cytowana.



Il. 3. Ateński lekyt czarnofigurowy, 505-500 r. p.n.e., Kraków 345. Rysunek za: P. Bieńkowski, op. cit., fig. 3.

Antiquorum" (CVA)[2]. Tu odniosę się tylko do najważniejszych cech eksponatu. Lekyt ten, wykonany w technice czarnofigurowej, datowany jest na ok. 505–500 rok przed naszą erą, a więc na schyłek okresu archaicznego: czas, kiedy produkcja ceramiki zdobionej scenami figuralnymi osiągnęła w Atenach apogeum. Do dzisiaj zachował się tylko niewielki ułamek produkcji, a mimo to kolekcja sięga setek tysięcy artefaktów[3]. Musimy również pamiętać o tym, że Ateńczyk tej epoki stykał się z obrazami nie tylko na naczyniach, ale również na plakietkach, tkaninach, ścianach i wszelkich innych rzeczach – żył otoczony obrazami[4]. Masowa produkcja i konsumpcja pozwoliły wykształcić się niezwykle rozbudowanemu obrazowaniu ateńskiemu, w którym nawet najdrobniejszy przedmiot będzie nośnikiem ideologii społeczności (niezależnie od tego, czy zajmuje w stosunku do niej pozycję heterodoksyjną).

Waza, którą mamy przed sobą, przedstawia pochód wyruszających postaci. Skąd wychodzą? Samotna kolumna zwykle oznacza dom, choć już przy tej konstatacji pojawiają się problemy, może to być dom-ród społeczności, *oikos*, bądź też samo miasto-państwo, *polis*. Ta różnica, choć subtelna, ma decydujące znaczenie dla ideologii

2 E. Papuci-Władyka, *Corpus Vasorum Antiquorum, Poland 11, Cracow 1 (Jagiellonian University Institute of Archaeology 1 and Museum collections)*, Kraków 2012, pl. 43–45 [505].

3 Stosunek liczby zachowanych waz wobec rozmiaru faktycznej produkcji szacujemy na podstawie zachowanych amfor panatenajskich, których rzeczywistą liczbę można określić. Na tej podstawie wyliczenia wskazują na to, że do dzisiaj zachowało się od 0,25 do 0,5 procenta produkcji. Por. R. M. Cook, *Die Bedeutung der Bemalten Keramik für den Griechischen Handel*, „JdI" 1959, Nr. 74, ss. 114–23 (stan zachowania około 0,25%); A. W. Johnston, *IG II² 2311 and the Number of Panathenaic Amphorae*, „ABSA" 1987, Vol. 82, ss. 125–129 (Jonhston podaje wyższą liczbę amfor, stąd procent będzie jeszcze niższy); idem, *Greek vases*, ss. 208–209; Shanks, *Classical*, s. 157.

4 Por. C. Bérard, *Iconographie - Iconologie – Iconologique*, „Études de lettres" 1983, nº 4, s. 6: „Il vit parmi les images", tłumaczenie filologiczne własne [W.M.].

i fakt, że *opinio communis* określa tego typu sceny jako wyruszanie z domu, będzie mieć znaczenie dla reszty interpretacji. W pochodzie widzimy postacie dwóch jeźdźców, pieszego i psy. Wszyscy dzierżą podwójne włócznie (oszczepy?) i zdążają w jednym kierunku. W innym artykule[5] szczegółowo zająłem się problemem tego, czy na podstawie znaków umieszczonych przez malarza możemy określić, dokąd wyruszają: na polowanie czy na wojnę. I choć układ znaków wyraźnie kieruje widza w stronę schematu przedstawieniowego figury wojowników, to polisemiczność obrazu jest tak duża, że może on grać rolę wyruszania na polowanie, gdy tylko zestawimy go z innymi określonymi scenami jako element serii[6]. Te problemy nie są jednak przedmiotem niniejszego tekstu, tym niemniej dzielą z nim wspólną podstawę. O tym, że mamy do czynienia z wymarszem na wojnę, decydują bowiem *de facto* zawieszone na plecach jeźdźców tarcze, które zarazem wydają się nie zgadzać z tradycyjnie postulowaną ideologią obrazowania ateńskiego. O co chodzi?

Obaj jeźdźcy ubrani są w tkane kolorowo płaszcze. Strój ten, nazywany *zeira*, nie jest pochodzenia greckiego, lecz trackiego i choć występuje niezwykle często w malarstwie wazowym Aten, to jego pochodzenie jest bezsprzeczne[7]. *Zeira* stanowi kluczowy element kostiumu trackiego, ale tu występuje jako jedyny znak trackości, a także jest częścią szerszego znaczeniowo kostiumu jeźdźca, podobnie jak umieszczony na wazie kapelusz *petasos* i podwójne włócznie, zatem całość tworzy czytelny schemat: jeźdźcy. Problem pojawia się jednak przy tarczach, które w zasadzie nie wpisują się w ten wzorzec. Dla nas najważniejsze będzie nie to, czy konny wojownik tej epoki może nosić tarczę, ale fakt, że jest to tarcza arcygrecka. Jeźdźcy noszą bowiem tarcze *aspis* (tarcze argiwskie), o podwójnym uchwycie, których schemat jest natychmiast rozpoznawany dzięki umieszczonym na nich emblematom[8]. Tarcza ta nie tylko stanowiła podstawowe uzbrojenie hoplity greckiego, ale w ikonografii jest najważniejszym elementem składowym jego postaci. Na lekycie z Krakowa mamy zatem połączenie dwóch światów: greckiego (*aspis*) i barbarzyńskiego, trackiego (*zeira*). Ponieważ w dyskursie naukowym panuje opinia, że obrazowanie ateńskie ma być nośnikiem ideologii tej społeczności, powstaje pytanie o to, jak wyjaśnić takie nieortodoksyjne, grecko-trackie złożenie znaków.

5 Por. W. Miścicki, op. cit.

6 Ibidem, ss. 36–38.

7 Por. Hdt. 7.75.1.

8 Por. A. M. Snodgrass, *Early Greek Armor and Weapons from the End of the Bronze Age to 600 bc*, Edinburgh 1964, ss. 61–65; idem, *Arms and Armor of the Greeks*, Baltimore 1999, s. 53; P. Ducrey, *Guerre et guerriers dans la Grèce antique.* Fribourg 1985, s. 47; J. K. Anderson, *Hoplite weapons and offensive arms* [w:] *Hoplites, the Classical Greek Battle Experience*, ed. V.D. Hanson, London–New York, NY 1991, s. 15; H. van Wees, *Greek Warfare: Myths and Realities*, London 2004, s. 48; B. Szubelak, *Hoplita grecki VII–V w. p.n.e. Studium brońoznawcze*, Zabrze 2007, ss. 8, 11.

Teorie usiłujące wyjaśnić tego rodzaju elementy obce w obrazowaniu ateńskiego malarstwa wazowego można podzielić względem głównej tezy forsowanej przez badaczy na dwa obozy. Na potrzeby tego artykułu prześledzimy jedynie te, które odnoszą się do postaci noszących strój tracki (bądź scytyjski, którego schematy są w zasadzie analogiczne) na archaicznych wazach, zostaniemy również przy figurach wojowników/jeźdźców/woźniców, z którymi owe schematy przedstawieniowe są związane. Pierwszy obóz w rozmaitych scenach z udziałem postaci scytyjskich czy trackich będzie widzieć echo obcego etnosu obecnego w Atenach w tamtym czasie, to jest Scytowie i Trakowie są przedstawiani, ponieważ przebywali wtedy w ateńskiej *polis*[9]. O ile źródła historyczne potwierdzają obecność Traków, o tyle w sprawie Scytów milczą. Kolejna grupa badaczy uważa, że (abstrahując od historycznej obecności przedstawicieli danych ludów w Atenach) w malarstwie wazowym występuje przede wszystkim kostium reprezentujący typ, a nie został w nim sportretowany sam przedstawiciel tego etnosu. Kostiumy scytyjski i tracki grają określone role w obrazowaniu i wchodzą w dialog z czysto greckimi elementami. François Lissarrague i Askold Ivantchick uważają, że rdzenni Scytowie nie są portretowani na wazach w okresie archaicznym w ogóle, a Trakowie rzadko i ich przedstawienia łatwo odróżnić od powszechnego kostiumu trackiego[10].

W drugim obozie różnice pojawiają się, gdy badacze usiłują określić rolę, jaką spełniałyby obce kostiumy w obrazowaniu. Konsensus sprowadza się do postrzegania tych figur jako punktu odniesienia dla hoplity-Greka, podkreślania jego greckości przez kontrast z obcymi; inni pełniliby więc rolę podporządkowaną, co przede wszystkim widoczne jest w figurze Scyty, ale również i trackiego lekkozbrojnego. Podobnie jak w przypadku odzienia scytyjskiego, elementy tego kostiumu miałyby być również częścią schematu przedstawienia jeźdźca (podobnie jak choćby często pojawiający się z nim pies). Sceny nie odnosiłyby się do realnego świata, ale do wyobrażonego uosobienia ideologii poprzez metaforę, konstrukcję postaci idealnej – hoplity,

9 Scytowie: por. A. M. Snodgrass, *Arms and Armor…*, ss. 83–84 (najemnicy Pizystratydów); M. F. Vos, *Scythian archers in archaic attic vase-painting*, Groningen 1963, ss. 65–69; Trakowie: por. J. G. P. Best, *Thracian Peltasts and their Influence on Greek Warfare*, Groningen 1969; D. Tsiafakis, *The Allure and Repulsion on Thracians in the Art of Classical Athens* [w:] *Not the Classical Ideal. Athens and the Construction of Other in Greek Art*, ed. B. Cohen, Leiden–Boston–Köln 2000, ss. 364–389.

10 Por. F. Lissarrague, *L'Autre Guerrier. Archers, Peltastes, Cavaliers, dans L'imagerie Attique*. Paris–Rome 1990; A. I. Ivantchick, *'Scythian' archers on Archaic Attic vases: problems of interpretation*, „Ancient Civilizations" 2006, No. 12, ss. 197–271; J. M. Barringer, *Skythian Hunters on Attic Vases* [w:] *Greek vases, images, context and controversies, Proceedings of the Conference sponsored by The Center for the Ancient Mediterranean at Columbia University, 23–24 March 2002*, ed. C. Marconi, Leiden–Boston 2004, ss. 13–26; R. Osborne, *Images of a Warrior. On a Group of Athenian Vases and Their Public* [w:] *Greek vases, images…*, ss. 47–52; Trakowie: F. Lissarrague, op. cit., ss. 210–216 (etniczni Trakowie), 217–231 (kostium); A. Schnapp, op. cit., ss. 242–244.

który do dookreślenia siebie potrzebuje figury Innego[11]. I właśnie w opozycji do tych koncepcji umieścić możemy nasz lekyt, który, choć anonimowy, niepozorny i przeciętnie wykonany, to jednak bez wątpienia posiada intencjonalnie połączone ze sobą owe dwa, pozornie dychotomiczne, światy. Przedstawione tu koncepcje postrzegają kostium jedynie jako element repertuaru ikonicznego malarzy, co jednak by się stało, gdybyśmy spróbowali potraktować go jako element mody, kreowania tożsamości poprzez ubiór[12]?

By rozwiązać ten problem, niezbędne będzie użycie narzędzi semiotycznych. Zaletą semiotyki jest prostota interpretacji, która opiera się przede wszystkim na znakach samych przedstawień, przy maksymalnym ograniczeniu czynników zewnętrznych[13]. Poprzez śledzenie zmian na osi syntagmatycznej i paradygmatycznej znaków składających się na sceny możemy ustalić wewnętrzną relację pomiędzy nimi. Pomocą służyć tu może przede wszystkim semiotyka Rolanda Barthes'a, który zresztą jako jeden z pierwszych aplikował jej metody do badania obrazów[14]. Krytyk tego nastawienia mógłby podnieść zarzut, że wyniki analiz będą się odnosić jedynie do samych naczyń, a ich związek z historycznymi realiami nie jest do końca skonkretyzowany. Ponadto krytyk mógłby uczynić zarzutem sam fakt, że zajmowanie się modą w malarstwie wazowym trudno przełożyć na modę historyczną, to jest prawdopodobnym byłoby przypuszczenie, że moda rzeczywista może różnić się od tej obecnej w materiale ikonograficznym[15]. Tu znów w sukurs przychodzi sam Barthes, który na przełomie lat pięćdziesiątych i sześćdziesiątych dokonał próby (nie do końca udanej, jak sam przyznał) opisania semiotycznego systemu współczesnej mu mody francuskiej[16]. Co ciekawe, w swojej pracy nie tylko postulował użycie testu komutacji[17], ale przede

11 Por. F. Lissarrague, op.cit.; A. Ivantchik, op. cit., ss. 206, 246; sam tytułowy „L'Autre Guerrier" Lissarrague'a odnosi się do relacji względem hoplity, ich obecność na wazie jest sprowadzona wyłącznie do niej.

12 W dyskursie kostium funkcjonuje *de facto* jako atrybut, a nie część stroju postaci.

13 Oczywiście nadal zostają niektóre, jak np. założenie, że centralne miejsce w scenie jest najważniejsze, że waza ma być oglądana jak przedmiot trójwymiarowy, a więc obracana przez widza w rękach, itp.

14 Por. R. Barthes, *The Photographic Message* [w:] idem, *Image, Music, Text*, trans. S. Heath, London 1977, ss. 15–31; idem, *Rhetoric of the Image* [w:] Idem *Image, Music, Text…*, s. 32–51; idem, *Elements of Semiology*, trans. A. Lavers,C. Smith, New York 1986. Barthes, w odróżnieniu od strukturalistów, stosował metody poststrukturalne, nastawione na kontekst.

15 Nawet jeśli nie różniłaby się co do rzeczywistych praktycznych ubrań, to ich symbolika mogłaby być inna. Co więcej, moda przedstawiona prezentuje tylko wycinek społeczności, a zatem zaburza kontekst funkcjonowania mody realnej.

16 Por. R. Barthes, *System mody*, tłum. M. Falski, Kraków 2005.

17 Por. D. Chandler, *Wprowadzenie do semiotyki*, tłum. K. Hallett, Warszawa 2012, ss. 116–117. By ocenić, które elementy układu są niezbędne do dokonania określonej interpretacji, najczęściej używa się metody testu komutacji. Elementy znajdujące się na osi syntagmatycznej są poddawane redukcji i addycji, a na osi paradygmatycznej – substytucji i transpozycji. Następnie sprawdza się, czy i w jakim stopniu nowy schemat różni się od poprzedniego. Czy interpretacja obrazu uległa zmianie? Czy zmiana ma znaczący wpływ na odczytanie?

wszystkim jako przedmiot badań wybrał nie samą modę, ale jej opis w prasie[18]. Wydzielał przy tym trzy ubiory: rzeczywisty (faktyczne stroje), oglądany (obrazy, zdjęcia) i opisany (tekst). Te dwa ostatnie powstają wtedy, gdy ubiór realny jest przekształcany za pomocą shifterów (w semiotyce są to operatory przekształcające jedną strukturę na inną, np. konwencja portretowania postaci ludzkiej itp.)[19]. Wprawdzie Barthes badał tylko ubiór opisany, ale przedmiotem analizy równie dobrze może stać się ubiór przedstawiony; co więcej, nie jest on wtedy tylko analogonem lub kopią realnego. Jak pisze Barthes:

> Wielokrotnie już mówiono, do jakiego stopnia masowe rozpowszechnienie żurnali […]… zmieniło zjawisko Mody i przesunęło jej socjologiczny sens: przechodząc do komunikacji pisanej, Moda staje się autonomicznym przedmiotem kulturalnym, obdarzonym oryginalną strukturą i prawdopodobnie nową celowością; w miejscu funkcji społecznych rozpoznawanych zwykle w Modzie ubraniowej, podstawiają się – lub dodają się do nich – inne funkcje, analogiczne do funkcji całej literatury […]… Moda staje się opowiadaniem[20].

Wydaje mi się, że analogiczne stwierdzenie można zastosować wobec obrazów, scen malarstwa wazowego, które również, przede wszystkim z racji ich skali i powtarzalności znaków, da się traktować jak autonomiczny system, który „opowiada" obrazem modę ateńską. Zagadnienie tego, jak obraz ma się do ubrania, schodzi na dalszy plan; co więcej, to opowiadanie ubrania wydaje się ciekawszym polem badawczym niż sam strój, oprócz jego analogonu zawiera bowiem komentarz o charakterze metakulturowym; jest modą i opowiada o niej.

Powróćmy zatem do naszego zagadnienia dotyczącego kostiumów w archaicznym malarstwie wazowym. Nawiązując ponownie do kostiumu Innych i przeciwstawnych teorii w dyskursie, przyjrzyjmy się schematom przedstawieniowym i dokonajmy na nich testu komutacji, to jest poszerzajmy, skracajmy i zamieniajmy znaki w obrazie, śledząc jednocześnie zmiany przekazu (ponieważ bazujemy tylko na systemie gotowych jednostek, punktem wyjścia będzie to, czy dana wersja sceny występuje w malarstwie wazowym)[21]. Niestety brak miejsca na przeprowadzenie analiz dla wszystkich typów figur sprawia, że musimy oprzeć się na jednym przykładzie – Traków, tym niemniej kostium scytyjski w zasadzie zachowuje się w syntagmach waz epoki archaicznej analogicznie do trackiego.

18 Por. R. Barthes, *System mody*…, ss. 24–25.

19 Por. ibidem, ss. 21–23.

20 Ibidem, s. 275.

21 Por. ibidem, s. 37; D. Chandler, op. cit., ss. 116–117; inne testy komutacji w badaniu malarstwa wazowego – por. Ch. Sourvinou-Inwood, *"Reading" Greek Culture. Texts and Images Rituals and Myths*, Oxford 1991, ss. 32–41.

Według Herodota[22] strój Traków był ściśle określony: składały się na niego płaszcz *zeira*, skórzana czapka *alopekis* i wysokie buty *embades*, używali oni również małych tarcz, oszczepów i sztyletów. Tym niemniej kryteria, na podstawie których wyróżnia się Traków w malarstwie wazowym, są nieco bardziej skomplikowane. Despoina Tsiafakis poza strojem notuje również broń (do której zalicza zapewne *pelte* – charakterystyczną tarczę oszczepnika greckiego), tatuaże, rude brody i włosy, tracką kitarę, a także „barbarzyńskie"[23] zachowanie. Lissarrague dodaje blond lub rude włosy jako pomocniczą cechę[24]. Nie wiadomo jednak, czy by oznaczać Traka, wszystkie te elementy muszą występować razem, a jeśli nie, to które z nich uznawane są za dominujące, słowem, jak wygląda ich struktura. Dla Tsiafakis ewidentnym jest, że zbudowane są na zasadzie alternatywy logicznej, bowiem wystarczy jeden element z ciągu, by rozpoznać w scenie Traków. Taka interpretacja nie wydaje się właściwa, szczególnie że tak zwane cechy etniczne, takie jak rude brody i blond włosy, występują również w „czysto" greckim kontekście. Uderzającą cechą materiału jest to, że kostium tracki jest niemal zawsze przedstawiany jako niekompletny, w epoce archaicznej.

Sytuacja zmienia się jednak w epoce klasycznej i w V wieku przed naszą erą w malarstwie ateńskim pojawiają się właściwi, barbarzyńscy Trakowie. Rozpoznajemy ich choćby na kraterze dzwonowatym z Nowego Jorku (il. 4)[25], gdzie rudobroda postać w kompletnym trackim stroju słucha koncertu Orfeusza – i to właśnie osoba muzyka, a nie sam kostium, potwierdza etniczność figur, Tracja jest bowiem scenerią mitu orfickiego. Co ciekawe, tego typu sceny nie mają odpowiednika we wcześniejszym malarstwie. Dopiero więc od okresu klasycznego pojawia się oznaczanie inności poprzez rysy etniczne i obcy nie są już Grekami w kostiumie.



Il. 4. Ateński czarnofigurowy krater dzwonowaty, ok. 440 r. p.n.e., New York, MET 24.97.30, CCO 1.0.

Wracając do przedstawień z okresu archaicznego, spróbujmy prześledzić syntagmy figur jeźdźców, by sprawdzić, czy nawet połączenie kilku

22 Por. Hdt. 7.75.1.

23 Por. D. Tsiafakis, op. cit., s. 364.

24 Por. F. Lissarrague, op. cit, s. 213.

25 New York, Metropolitan Museum 24.97.30; por. J. D. Beazley, *Attic Red-figure Vase-painters* [ARV], London 1963 1079.2; BA 214496; L. Casson, *The Thracians*, „The Metropolitan Museum of Art Bulletin" 1977, Vol. 35, s. 2.

znaków trackości może wyznaczać etnos. Być może Trakowie są ukazywani po prostu jako brodaci jeźdźcy, a młodzi podobnie ubrani mieliby być Ateńczykami? Niestety w scenach umieszczanych na zabytkach wszystkie te elementy, greckie i niegreckie, mieszają się ze sobą. W obrazowaniu brodaty i młody jeździec wymieniają się swobodnie, tak w elementach kostiumu trackiego, jak i bez nich, a przedstawienia brodatych są wycofywane z systemu dopiero w v w. Schematy przedstawieniowe przeplatają się ze sobą, na dwóch stronach dekoracji amfory szyjowej z Nowego Jorku[26] w identycznych scenach brodaty wymienia się na młodego. Grecki jeździec nosi brodę na setkach waz, by wymienić tylko Luwr F261, Braunschweig 239 czy Bochum S1088[27]. Inne naczynie z Luwru, Czara Małych Mistrzów, ukazuje wszystkie przedstawiane w malarstwie typy: jeźdźca ciężkozbrojnego, bez brody i z brodą[28]. Na późnoarchaicznej wazie z Berlina[29] „grecki" jeździec z brodą walczy z hoplitami. Wszystkie znaki tak zwanej niegreckości są dowolnie zmieniane na greckie bez żadnej widocznej reguły.

Jeśli zatem przyjmiemy hipotezę o tym, że w malarstwie wazowym przedstawia się jedynie obcy kostium, czy to tracki, czy scytyjski, pozostaje pytanie o celowość używania tego schematu. Jak zostało to wspomniane wcześniej, badacze przyjmują różne wyjaśnienia, ale ich elementem wspólnym będzie zawsze opozycja tego kostiumu w stosunku do figury greckiego hoplity. Wymienność elementów obcych na greckie nie jest tu przeszkodą, ponieważ owe greckie elementy również odnoszą się zestawu znaków opozycyjnych wobec hoplity (nie ma większego znaczenia, czy jeździec ma *zeirę* czy himation, nosi *alopekis* czy *petasos*, za to na przykład tarcza byłaby już elementem syntagmy hoplity). Przekonanie o dominacji tej postaci w obrazowaniu jest tak powszechne, że Tsiafakis w swych interpretacjach wprost i całkiem otwarcie posługuje się aksjomatem: jeśli wojownik na wazie nie jest hoplitą, to jest nie-Grekiem[30]. Hoplita w ideologii przedstawianej w ikonografii zajmuje niepodzielnie miejsce na szczycie. Tymczasem szczegółowa analiza materiału nie tylko ujawnia istnienie licznych wyjątków

26 New York, Metropolitan Museum 65.171.17; BA 301296; CVA New York 4, USA 16, pl. 9, 2–4 [737]; por. J. D. Beazley, *Attic Black-figure Vase-painters* (ABV), Oxford 1956, 239.8; T. H. Carpenter, M. Mannack, M. Mendonca, *Beazley Addenda: Additional References to ABV, ARVp2s & Paralipomena* [Addenda], Oxford 1989 60; datowana na ok. 550–540 r. p.n.e.

27 [1] Paryż, Luwr F261; BA 10722; CVA Louvre 5, France 8, pl. 54.5–10 [352]; [2] Braunschweig, Herzog Anton Ulrich – Museum 239; BA 301531; CVA Braunschweig 1, Deutschland 4, Tf.7, 3–4 [153]; ABV 307.51; Addenda 82; datowana miedzy 550–525 r.; [3] Bochum, Uniwersytet S1088; BA 13692; CVA Bochum 1, Deutschland 79, Tf.17 [4029]; datowana na ok. 580 r. p.n.e.

28 Paryż, Luwr F72; BA 7966; CVA Louvre 9, France 14, pl. 80, 1–7 [621]; por. P.A.L. Greenhalgh, *Early Greek Warfare. Horsemen and Chariots in Homeric and Archaic Ages*, Cambridge 1973, nr A52, s. 124, fig. 64; datowana na ok. 550–530 r. (CAVI, Greenhalgh: wczesna 3. ćw. VI w. p.n.e.).

29 Berlin, Antikensammlung F2295; BA 203837; CVA Berlin, Antiquarium 2, Deutschland 21, Tf.64, 3–4 [993]; ARV 364.45; Addenda 223.

30 Por. D. Tsiafakis, op. cit., ss. 368–369.

od tej reguły, ale wręcz podważa jej podstawy. Rola hoplity nie zostaje pomniejszona, jego postać obecna jest w większości scen korpusu, ale relacje z innymi postaciami sugerują przesuniecie go na dalsze miejsca w hierarchii ideologicznej obrazowania.

Lissarrague, opisując jeźdźców, celowo unika kwestii hierarchii formacji w ateńskiej armii[31], tłumacząc to tym, że większość przedstawień ukazuje młodych *hippeis*, wprowadzając dodatkowo kategorię wieku jako opozycji wobec hoplity. Jest to jednak tylko częściowo prawda, nawet dla epoki, o której pisze (v wiek przed naszą erą), dla poprzedniego stulecia sytuacja przedstawia się inaczej. Oprócz jeźdźców lekkozbrojnych (a więc w kostiumie trackim, który wymienia się na grecki) odnajdujemy również ciężkozbrojnych, w kirysach i hełmach, jak również tych z tarczą, do których oczywiście zaliczyć trzeba również parę z naszego lekytu[32].

Cechą wspólną tych przedstawień jest to, że jeźdźcy mogą występować we wszystkich rolach, w których widzimy hoplitę, mogą wyruszać na wojnę, walczyć, i tym podobne. Sceny są odpowiednio przekształcane, by dopasować postacie, ale ich schemat pozostaje identyczny. Kolejnym elementem łączącym greckich i niegreckich jeźdźców jest to, że gdy przedstawiani są w walce z hoplitami, zawsze z nimi wygrywają. Schemat ten jest tak sztywny, że nosi cechy prawidłowości, co dziwi tym bardziej, iż malarze wazowi, ukazując zasadzkę na Troilosa, najczęściej przedstawiają Achillesa jako hoplitę, który goni za młodym jeźdźcem trojańskim[33], a zatem schemat, w którym hoplita wygrywa, był używany, lecz tylko do sceny epickiej. Zdumiewającym jest fakt, że przez sto pięćdziesiąt lat badań nad ceramiką ateńską nikt nie zadał prostego pytania: czemu na wazach hoplici zawsze przegrywają z jeźdźcami?

W walce figura jeźdźca dominuje nad hoplitą. Świetnym przykładem tego może być amfora z Malibu (il. 5)[34], gdzie metopowa w układzie dekoracja przedstawia scenę, w której dwóch jeźdźców w kostiumie trackim tratuje upadającego hoplitę. Ten dosyć popularny schemat może zostać przekształcony w ten sposób, że zamiast jeźdźców masakry

31 Por. F. Lissarrague, op. cit, s. 219.

32 Przykłady – ciężkozbrojni: [1] Winterthur, Archaologische Sammlung 289 (429); BA 5983; CVA Ticino, Schweiz 5, pl. 17, 3–5 [219]; E. Kunze-Götte, *Der Kleophrades- Maler unter Malern schwarzfiguriger Amphoren, Eine Werkstattstudie*, Mainz 1992, pl. 39, 41.2; datowana na ok. 490/480 r. p.n.e.; [2] Monachium, Antikensammlungen 2033; BA 9031524; CVA München, Antikensammlungen 13, Deutschland 77, Tf.13 [3873]; datowana na ok. 530–520 r. p.n.e.(CVA); jeźdźcy z tarczą: [1] Prywatna Kolekcja; BA 9029282; [2] Watykan, Museo Gregoriano Etrusco Vaticano 383; BA 9032803.

33 [1] Berlin, Antikensammlung F1685; BA 310170; CVA Berlin, Antikensammlung 14, Deutschland 94, Tf.4 [4560]; ABV 109.24, 685; Addenda 30; por. S. Muth, *Gewalt im Bild. Das Phänomen der medialen Gewalt im Athen des 6. und 5. Jahrhunderts v. Chr.*, Berlin–New York 2008, s. 573, fig.405; waza datowana na ok. 550–540 r. p.n.e. [2] Priceton, Uniwersytet Y1989.89; BA 9028346; [3] Ateny, Muzeum Narodowe 14693; BA 303587; CVA Athens, National Museum 6, Greece 12, pl.60, 1–2 [843]; ABV 492.72; datowany na ok. 480 r. p.n.e.

34 Malibu, J. Paul Getty Museum 86.AE.85; BA 10152; CVA Malibu 1, USA 23, pl.27 [1137]; por. D. Tsiafakis, op. cit., ss. 369–371, fig. 14.3; datowana na ok. 530–520 r. p.n.e.e

dokona para hoplitów, ale ofiara zawsze pozostaje niezmiennie hoplitą – nigdy nie pojawia się w tym miejscu jeździec. Nie tylko jeździec w kostiumie trackim może wygrywać z ciężkozbrojnymi wojownikami: na kyatosie czarnofigurowym z Nowego Jorku (il. 6–7)[35] oglądamy starcie dwóch drużyn, w przegrywającej są wyłącznie hoplici, w zwycięskiej i oni, i jeźdźcy w greckich chitonach (schemat „hoplita pokonuje hoplitę" wymienia się tu z jeźdźcem pokonującym hoplitę). Sama postać jeźdźca może występować również we wszystkich rolach zarezerwowanych dla hoplity również poza bezpośrednią walką. Inna amfora z Nowego Jorku (il. 8)[36] przedstawia scenę pożegnania, w której centralną pozycję



Il. 5. Ateńska czarnofigurowa amfora szyjowa, 530–520 r. p.n.e., J. Paul Getty Museum 86.AE.85 © The J. Paul Getty Museum, Villa Collection, Malibu, California.





Il. 6-7. Ateński kyatos czarnofigurowy, ok. 500 r. p.n.e., New York, MET 41.162.116, CC0 1.0.

35 Nowy Jork, Metropolitan Museum 41.162.116; BA 330661; CVA Fogg Museum, USA 8, pl.41, 5a, 5b [389]; ABV 517.2; Addenda 128; waza datowana na ok 500 r. p.n.e.

36 Nowy Jork, Metropolitan Museum 41.85; BA 320258; CVA New York 3, USA 12, pl.21 [553]; ABV 283.13, 391.1; Addenda 74; datowana na ok 520 r. p.n.e.

zajmuje młody jeździec w stroju trackim[37] – to on jest bohaterem sceny, zaś hoplici, łucznik scytyjski i kobieta tworzą postacie flankujące, zamykając scenę. Postać w obcym kostiumie zakorzeniona jest na stałe w zasadzie we wszystkich tego rodzaju greckich syntagmach.

Jaki zatem wniosek może płynąć z tych dociekań? Jaką funkcję miałyby spełniać obce kostiumy w ikonografii archaicznych ateńskich wojowników? I tu znów wracamy do rozważań Barthes'a. Moda jego zdaniem tworzyła strukturę ideologiczną odpowiadającą mitowi, gdzie poziom konotacji uległ przesunięciu, a element znaczony (*signifié*) ubrania staje się elementem znaczącym (*signifiant*) nowego kodu. Ten sposób traktowania zjawiska mody, niejako oczywisty dla badaczy współczesnej kultury, nie jest rozpowszechniony w studiach historycznych (zapewne z powodu trudności z ustaleniem semantyki kodu ideologicznego) – w omawianym tu przykładzie strój jest traktowany bądź jako element prostej dyferencjacji swój – obcy, bądź też jako część składowa *signifiant* – znaku jeździectwa. Zatem Ateńczycy albo noszą obcy kostium, ponieważ łączy się z ich funkcją, albo też używają go jako kontrastu dla samych siebie. Żadna z tych hipotez nie bierze pod uwagę tego, że możemy mieć tu do czynienia z elementem systemu mody archaicznych Aten, znakiem nie obcości, ale swojskości, włączonym w obręb systemu na takich samych prawach jak inne. Nawet gdyby w owym systemie *zeira* czy strój scytyjski dalej były desygnatem inności, to byłaby to inność zagnieżdżona w modzie, a więc poddana uprzednio apropriacji przez kulturę grecką. To założenie wydaje się logiczne, jeśli spojrzymy na użycie i charakter tego kostiumu – bezpośrednio związane z arystokratycznym etosem.



Il. 8. Ateńska czarnofigurowa amfora typu B, ok. 520 r. p.n.e., New York, MET 41.85, CCO 1.0

Podsumowując analizy, możemy wysnuć kilka wniosków o charakterze ogólnym. Wszystkie niegreckie elementy tych kostiumów (trackie płaszcze, buty, czapki, scytyjski łucznik pomagający hoplicie, woźnica) wymieniają się w syntagmach waz na elementy greckie bez wyraźnej zmiany wymowy sceny. Co więcej, elementy te mogą być swobodnie łączone, a postacie z nimi powiązane zajmują szczególnie wysokie

37 Być może jest to arystokratyczny giermek – *hippostrophos* ('prowadzący konie'), na co wskazywałaby obecność pary koni.

miejsce w hierarchii bohaterów waz. Gdy dodamy do tych analiz charakterystykę samych strojów ewokujących obcość, pojmowaną nie jako inność, ale jako reprezentację prestiżu elit poprzez dostęp do unikalnych artefaktów mody (ewokujących szerokie kontakty arystokracji), wnioski staną się czytelne.

Arystokracja ateńska, której ideologia jest prezentowana na wazach, poprzez obcy kostium pokazuje własną siłę, płynąca z kontaktów międzyregionalnych, które umożliwiają przebranie się. Strój, konie, rydwany – wszystkie te elementy spełniają tę samą rolę (co ciekawe, badacze zwykle nie przywiązują większej wagi do jednego z kluczowych aspektów kostiumu scytyjskiego – strój ów przedstawia sporą wartość materialną, skóry egzotycznych zwierząt są przedmiotami prestiżowymi). Nie ma tu podziału na greckie i niegreckie, a inność jest paradoksalnie ceniona wyżej, jako reprezentacja siły rodu.

Ta ideologia, właściwa dla epoki archaicznej, ulegnie w v wieku przed naszą erą sporym zmianom, związanym z demokratyzacją *polis* ateńskiej, wobec której elity muszą określić się na nowo. Oczywiście efekt tych przemian odnajdujemy w obrazowaniu. Mowa o naczyniach prezentujących domniemane przedstawienia dokimazji – czyli państwowego badania możliwości sprawowania funkcji, tu: badania jeźdźców, polegającego na sprawdzeniu stanu ich zwierząt, znanego z *Konstytucji Aten*[38]. Na czerwonofigurowej czarze z Berlina[39], datowanej na ok. 480–470 rok przed naszą erą, a więc już na epokę klasyczną, młodzi jeźdźcy w chlamidach i *petasoi* prowadzą konie ku dwóch mężczyznom w himationach, z których jeden siedzi i zdaje się coś zapisywać na tabliczce. Podobnie na innej czarze z Bazylei[40], datowanej być może na sam początek v wieku przed naszą erą (być może nieco później), gdzie fragmentarycznie zachowana scena przedstawia jeźdźców w elementach kostiumu trackiego (*alopekis*, wysokie buty, ale też greckie *petasoi* i chitony) prowadzących konie w stronę piszącego na tabliczce człowieka, który ubrany jest tak samo jak oni. Nadal moda służy opisywaniu etosu arystokracji, ale pojawia się nowy element, któremu będzie on podporządkowany – instytucja państwowa. Ponad modę zostaje wysunięte państwo, w następstwie czego będzie się ona zmieniać pod dyktando owej wspólnotowej ideologii, a elementy obce staną się rzeczywiście znakiem innego w malarstwie wazowym epoki klasycznej.

38 *Ath.Pol.* 49.1–2.

39 Berlin, Antikensammlung F2296; BA 204483; CVA Berlin, Antiquarium 2, Deutschland 21, Tf. 75 [1004]; ARV 412.1; Addenda 223; H. Cahn, *Dokimasia*, „RA" 1973, s. 10; G. R. Bugh, *The Horsemen of Athens*, Princeton 1988, s. 15-16; F. Lissarrague, op. cit., s. 223, fig.125; R. T. Neer, *Style and politics in Athenian vase-painting: the craft of democracy, ca. 530–460 B.C.E.*, Cambridge 2002, s. 146, fig.64; T. Stevenson, *Cavalry Uniforms on the Parthenon Frieze?*, „AJA", 2003, No. 4, ss. 631–637.

40 Bazylea, H. Cahn, HC133; BA 275053; ABV 1626,1708; Paralipomena 332; Addenda 174; por. H. Cahn, op. cit., ss. 5–7; G. R. Bugh, op. cit., s. 16; F. Lissarrague, op. cit., s. 224, fig.126.

Bibliografia

Anderson J. K., *Hoplite weapons and offensive arms* [w:] *Hoplites, the Classical Greek Battle Experience*, ed. V.D. Hanson, London–New York, NY 1991.

Barringer J. M., *The Hunt in Ancient Greece*, Baltimore 2001.

Barringer J. M., *Skythian Hunters on Attic Vases* [w:] *Greek vases, images, context and controversies. Proceedings of the Conference sponsored by The Center for the Ancient Mediterranean at Columbia University, 23–24 March 2002*, ed. C. Marconi, Leiden–Boston 2004.

Barthes R., *The Photographic Message* [w:] idem, *Image, Music, Text*, trans. S. Heath, London 1977.

Barthes R., *Rhetoric of the Image* [w:] idem, *Image, Music, Text*, trans. S. Heath, London 1977.

Barthes R., *Elements of Semiology*, trans. A. Lavers, C. Smith, New York, NY 1986.

Barthes R., *System mody*, tłum. M. Falski, Kraków 2005.

Beazley J. D., *Attic Black-figure Vase-painters*, Oxford 1956.

Beazley J. D., *Attic Red-figure Vase-painters*, London 1963.

Zabytki archeologiczne Zakładu Archeologii Śródziemnomorskiej Uniwersytetu Jagiellońskiego, red. M. L. Bernhard, Warszawa–Kraków 1976.

Bérard C., *Iconographie - Iconologie – Iconologique*, „Études de lettres" 1983, No. 4.

Bieńkowski P., *O lecytach greckich w krakowskich zbiorach*, „Sprawozdania Komisji Historji Sztuki" 1917, nr 10.

Best J. G. P., *Thracian Peltasts and their Influence on Greek Warfare*, Groningen 1969.

Bugh G. R., *The Horsemen of Athens*, Princeton 1988.

Cahn H., *Dokimasia*, „RA" 1973.

Carpenter T. H., Mannack M., Mendonca M., *Beazley Addenda: Additional References to ABV, ARVp2s & Paralipomena*, Oxford 1989.

Casson L., *The Thracians*, „The Metropolitan Museum of Art Bulletin" 1977, Vol. 35.

Chandler D., *Wprowadzenie do semiotyki*, tłum. K. Hallett, Warszawa 2012.

Cook R. M., *Die Bedeutung der Bemalten Keramik für den Griechischen Handel*, „JdI" 1959, Nr. 74.

Ducrey P., *Guerre et guerriers dans la Grèce antique*, Fribourg 1985.

Greenhalgh P. A. L., *Early Greek Warfare. Horsemen and Chariots in Homeric and Archaic Ages*, Cambridge 1973.

Haspels C. H. E., *Attic black-figured lekythoi*, Paris 1936.

Ivantchick A. I., *'Scythian archers on Archaic Attic vases: problems of interpretation*, „Ancient Civilizations" 2006, Vol. 12.

Johnston A. W., *IG II² 2311 and the Number of Panathenaic Amphorae*, „ABSA" 1987, Vol. 82.

Kunze-Götte E., *Der Kleophrades-Maler unter Malern schwarzfiguriger Amphoren. Eine Werkstattstudie*, Mainz 1992.

Lissarrague F., *L'Autre Guerrier. Archers, Peltastes, Cavaliers, dans L'imagerie Attique*, Paris–Rome 1990.

Miścicki W., *In the Realm of the Scheme. The Limits of Interpretation of Archaic Greek Visual Culture. A case of Black-Figure Lekythos from Krakow*, „Studies in Ancient Art and Civilization" 2016, Vol. 20.

Muth S., *Gewalt im Bild. Das Phänomen der medialen Gewalt im Athen des 6. und 5. Jahrhunderts v. Chr.*, Berlin–New York 2008.

Neer R. T., *Style and politics in Athenian vase-painting: the craft of democracy, ca. 530–460 B.C.E.*, Cambridge 2002.

Osborne R., *Images of a Warrior. On a Group of Athenian Vases and Their Public*, [w:] *Greek vases, images, context and controversies, Proceedings of the Conference sponsored by The Center for the Ancient Mediterranean at Columbia University, 23–24 March 2002*, ed. C. Marconi, Leiden–Boston 2004.

Papuci-Władyka E., *Ceramika antyczna w zbiorze zabytków starożytnych Uniwersytetu Jagiellońskiego* [w:] *Egipt, Grecja, Italia… Zabytki starożytne z dawnej kolekcji Gabinetu Archeologicznego Uniwersytetu Jagiellońskiego*, red. J. Śliwa, Kraków 2007.

Papuci-Władyka E., *Corpus Vasorum Antiquorum, Poland II, Cracow 1 (Jagiellonian University Institute of Archaeology 1 and Museum collections)*, Kraków 2012.

Schnapp A., *Le chasseur et la cité: chasse et érotique en Grèce ancienne*, Paris 1997.

Snodgrass A. M., *Early Greek Armor and Weapons from the End of the Bronze Age to 600 bc*. Edinburgh 1964.

Snodgrass A. M., *Arms and Armor of the Greeks*, Baltimore 1999.

Sourvinou-Inwood Ch., *"Reading" Greek Culture. Texts and Images Rituals and Myths*, Oxford 1991.

Stevenson T., *Cavalry Uniforms on the Parthenon Frieze?* „AJA" 2003, No. 4.

Szubelak B., *Hoplita grecki VII–V w. p.n.e. Studium bronioznawcze*, Zabrze 2007.

Tsiafakis D., *The Allure and Repulsion on Thracians in the Art of Classical Athens* [w:] *Not the Classical Ideal. Athens and the Construction of Other in Greek Art*, ed. B. Cohen, Leiden– Boston–Köln 2000.

Vos M. F., *Scythian archers in archaic attic vase-painting*, Groningen 1963.

Streszczenie

We współczesnym dyskursie dotyczącym ikonografii greckiej znaki przedstawiające obcy kostium w malarstwie wazowym w kontekście militarnym, przede wszystkim elementy trackie i scytyjskie, są określane w opozycji do ideologii hoplity, podstawowej dla polis. Mają one ukazywać postacie obce kulturowo, bądź też służyć do konstrukcji wyobrażonej figury Innego, która będzie kontrastowana z obrazem greckiego wojownika – hoplity. Wychodząc od przedstawienia obecnego na naczyniu z kolekcji Instytutu Archeologii Uniwersytetu Jagiellońskiego i posługując się analizą semiotyczną, autor stara się udowodnić tezę, według której nie tylko elementy niegreckie bez widocznej zmiany znaczenia sceny wymieniają się dowolnie na greckie w obrazowaniu, ale również obecność obcych kostiumów można odczytywać poprzez ideologiczną funkcję systemu mody w społeczności Ateńskiej. Wreszcie: teza o dominującym ideologicznie i homogenicznym semiotycznie obrazie hoplity zostaje poddana krytyce. W zamian autor postuluje włączenie przedstawień tej postaci do szerszego zespołu reprezentacji ideałów elit, w których będą tylko jedną z możliwych form.

Summary

Fashion and Ideology. Remarks on Depictions of Foreign Costumes in the Vase Painting of Archaic Athens

In the present discourse regarding Greek iconography, signs denoting foreign costumes in vase painting, especially elements of Thracian and Scythian garment, are defined through the opposition to the hoplite ideology, which is understood to be a primary ideology of the Greek polis. These images either depict figures foreign to the Greek culture or they are used to construct the image of the Other, which will then be contrasted with the ideal Greek warrior – the hoplite. Using as an example the scene depicted on the vase in the collection of Institute of Archaeology, Jagiellonian University, and interpreting its iconography with semiotics, the author of this essay attempts to prove that not only these non-Greek elements are interchangeable with Greek ones in the imagery, without visible change to the meaning of the scene, but also that we could interpret their presence as a part of ideology of the fashion system in the Athenian society. Finally, the notion of hegemony of the hoplite imagery and its homogeneity has been put into question. It is postulated that hoplite imagery should be incorporated into a broader set of signs denoting the elite ideology, in which it is viewed only as one of the many variants of representation.

Marta Raczyńska-Kruk

Między małą a wielką historią. Zjawisko mody na genealogię w Polsce jako przyczynek do refleksji nad pamięcią zmediatyzowaną

Instytut Etnologii i Antropologii Kulturowej Uniwersytetu Jagiellońskiego

Zjawisko „gorączki pamięci", obecne zarówno w dyskursie publicznym, jak i w rozmaitych przestrzeniach codzienności, wciąż prowokuje do zadawania pytań o znaczenie dziedzictwa i rolę procesów, jakim jest dziś ono poddawane. Temat ten nie został ostatecznie wyczerpany, niemniej ogrom narracji skoncentrowanych wokół problematyki pamięci zaczyna powoli przytłaczać i – mówiąc kolokwialnie – pożerać własny ogon[1]. Również ich przedmiot jest w pewnym sensie nieuchwytny. Wizje przeszłości, karmione autentycznością i historycznymi faktami, a reprodukujące się pod postacią baudrillardowskich widm i fantazmatów, zakrawają o swoje własne symulacje.

Fenomen ten jawi się jako barometr naszej aktualnej kondycji. Nie da się odmówić racji Sharon Macdonald, która stawia diagnozę, że potrzeba „zasilania" tożsamości przy pomocy różnorodnych praktyk pamięci jest trendem globalnym, aczkolwiek wyrażającym się na tyle sposobów, ile istnieje w danym momencie wspólnot dążących do legitymizacji i samopotwierdzenia[2]. „Pamięć jest sposobem bycia"[3] – pisze Katarzyna Kaniowska – „ponieważ wiąże to, co było, z teraźniejszością i przyszłością"[4]. Jako przedmiot wiedzy antropologicznej, stanowi ona swoisty pomost między światami, integrujący tożsamość jednostki – zawsze zatopionej w szerszym kontekście społecznokulturowym, z którym wzajemnie się uzupełnia. Na tenże rekurencyjny charakter jednostkowej i zbiorowej pamięci zwrócił uwagę Maurice Halbwachs

1 Na szereg niebezpieczeństw związanych z „hiperinflacją" badań nad pamięcią zwraca uwagę m. in. David Berliner (por. D. Berliner, *The Abuses of Memory. Reflections on the Memory Boom in Anthropology*, „Anthropological Quarterly" 2005, Vol. 78, No. 1, ss. 197–211).

2 Por. S. Macdonald, *Memoryland. Heritage and Identity in Europe Today*, London-New York 2013, s. 19.

3 K. Kaniowska, *Antropologia i problem pamięci*, „Polska Sztuka Ludowa – Konteksty" 2003 t. 57 z. 3-4, s. 61.

4 Ibidem.

w słynnym traktacie *Społeczne ramy pamięci* (*Les cadres sociaux de la mémoire*, 1925)[5], a jego koncepcja przywoływana jest do dziś przez badaczy zmagających się z tym zagadnieniem[6]. Do myśli francuskiego socjologa nawiązuje choćby badaczka kultury mediów José van Dijck w swych rozważaniach na temat tak zwanych „pamięci zmediatyzowanych"[7]. Pojęcie to, poddane w pewnym stopniu reinterpretacji, posłuży mi w niniejszym tekście za punkt wyjścia i zarazem stanowić będzie główną oś, wokół której postaram się przedstawić i przeanalizować wybrane aspekty mody na genealogię w Polsce[8].

Poszukiwanie medium, czyli szczypta teorii

„Pamięć i media odsyłają do metafory rezerwuarów, przechowujących na użytek przyszłości doświadczenia z przeszłości i zdobyta wiedzę"[9] – podkreśla van Dijck, odwołując się do idei zapośredniczania pamięci przez technologie medialne i przedmioty. „Pamięci zmediatyzowane"[10] – pisze – „są działaniami i wytwarzanymi przez nas przedmiotami, które bierzemy w posiadanie za pomocą technologii medialnych, żeby nadać lub nadać ponownie sens naszej przeszłości, teraźniejszości i przyszłości"[11]. Tym samym poddaje ona krytyce spojrzenie Aleidy Assmann i innych historyków, którzy dopatrują się w tejże materii przede wszystkim kulturowej roli i funkcji repozytoriów oraz obszarów gromadzenia tak zwanych „śladów" przeszłości[12]. Van Dijck przychyla się raczej do koncepcji Marity Sturken, kładącej nacisk na indywidualne działania memoryzacyjne[13], a także teorii Alison Landsberg, która wskazuje na

5 M. Halbwachs, *Społeczne ramy pamięci,* tłum. M. Król, Warszawa 1969, s. 330.

6 „Odświeża" ją i poddaje generalnej refleksji, uaktualniającej o szereg problemów ponowoczesnego świata, między innymi Paul Connerton (por. P. Connerton, *How societies remember*, Cambridge 1989, ss. 36–38).

7 J. van Dijck, *Pamięć zmediatyzowana jako narzędzie pojęciowe,* tłum. R. Chymkowski [w:] *Antropologia pamięci. Zagadnienia i wybór tekstów,* red. P. Majewski, M. Napiórkowski, Warszawa 2018, ss. 127–138.

8 W tekście wykorzystywać będę wypowiedzi rozmówców zebrane w latach 2014–2019, stanowiące wycinek szeroko zakrojonych badań nad sposobami konstruowania narracji o rodzinnej przeszłości poprzez odniesienie do jej materialnych „śladów" (dokumentów, fotografii, pamiątek) oraz nad fenomenem genealogii amatorskiej w Polsce. Tezy podparte cytatami z rozmów uzupełniane będą o dodatkowy materiał źródłowy zgromadzony przy pomocy metody etnografii wirtualnej w przestrzeni mediów społecznościowych (wypowiedzi, zapytania, komentarze). Badania etnograficzne mają tutaj charakter wielostanowiskowy i prowadzone są – w zależności od kontekstu – przy pomocy rozmaitych metod i technik gromadzenia danych w terenie, zarówno tradycyjnych (wywiad pogłębiony, grupowy, obserwacja uczestnicząca itd.), jak i związanych z badaniem przestrzeni wirtualnej (netnografia).

9 J. van Dijck, op. cit., s. 128.

10 Ibidem, s. 134.

11 Ibidem.

12 Por. ibidem, s. 132.

13 Por. M. Sturken, *Tangled Memories. The Vietnam War, the AIDS Epidemic, and the Politics of Remembering*, Oakland 1997.

rzecz znamienną dla opisu przedmiotów jako pośredników między pamięcią jednostek a pamięcią zbiorowości, a mianowicie na protetyczną funkcję pamięci[14].

W jaki sposób odnieść zatem zjawisko fascynacji rodzinną przeszłością, która doprowadza do obsesji poszukiwań, kolekcjonowania, śledzenia wszelkich materialnych tropów przywołujących postać przodka, do definicji pojęcia ukutego przez van Dijck? Dla badanego przeze mnie fenomenu kluczowa wydaje się kwestia sprzężenia indywidualnego i zbiorowego przeżywania przeszłości, a następnie zakotwiczania (re)konstruowanych narracji w elementach dziedzictwa przy użyciu technologii medialnych. To na tej płaszczyźnie zachodzi swoiste napięcie między tym, co zbiorowe i jednostkowe, zewnętrzne i wewnętrzne; to tutaj zderza się „historia wielka" z każdą małą, prywatną historią, dla której doświadczenie partycypacji w sferze publicznej (archiwach lub przestrzeniach wirtualnych gromadzących różnego typu dane archiwalne: cyfrowych bibliotekach, bazach informacji i tak dalej) jest doświadczeniem legitymizującym[15]. Jednocześnie pamięć rodzinna otwiera się na materialną spuściznę po minionych pokoleniach i uporczywie dąży do zapośredniczenia niesionych przez nią treści i znaczeń zgodnie z dyrektywą poznania, ochrony i zachowania zawartej w niej wiedzy dla kolejnych generacji[16]. Spuściznę tę rozumieć możemy poprzez zestaw narracji dostępnych pod postacią dokumentu, fotografii czy jakiegokolwiek innego obrazu, który jako medium odsyłające do przeszłości rodziny zdolny będzie konstytuować ciągłość tożsamości jednostki oraz jej kulturowe zaplecze. Propozycja van Dijck służyć może zatem jako uzupełnienie koncepcji „przedmiotów biograficznych" lub idei splątanych i uwikłanych wzajemnie biografii ludzi i rzeczy, łącząc się ponadto z pojęciem ich sprawczości (*agency*)[17].

---

14 Por. A. Landsberg, *Prosthetic Memory. The Transformation of American Remembrance in the Age of Mass Culture,* New York & Chichester 2004; J. van Dijck, op. cit., s. 135. Alison Landsberg ukuwa na potrzeby tej koncepcji pojęcie tzw. „pamięci protetycznej" (*prosthetic memory*) i choć służy ono charakteryzowaniu procesów związanych z pamiętaniem i upamiętnianiem w społeczeństwie amerykańskim, to z powodzeniem odzwierciedlać może także szereg zjawisk zachodzących po tej stronie Atlantyku, wpisując się w dialektykę odgórnego i oddolnego tworzenia narracji o przeszłości.

15 Por. J. van Dijck, op. cit., s. 127.

16 Por. A. Erll, *Locating Family in Cultural Memory Studies,* „Journal of Comparative Family Studies" 2011, Vol. 42, No. 3, *Families and Memories: Continuity and Social Change*, s. 312. W polskojęzycznych źródłach internetowych natrafić można na liczne apele instytucji lub stowarzyszeń mające na celu ochronę rodzinnych pamiątek, rozpaczliwie podnoszące problem erozji pamięci i obsesji zatrzymania każdego materialnego śladu przeszłości: „Chcecie sprzedać swoją kolekcję starych zdjęć? Błagamy, ZANIM to zrobicie, pozwólcie jakiejś organizacji genealogicznej lub muzeum, zrobić fotografie całej kolekcji. […] Allegro, Ebay, antykwariusze, kolekcjonerzy, rozerwą taki zbiór na kawałki aby uzyskać większą wartość. Bezpowrotnie zaginie znaczna część informacji, również taka, którą można by odtworzyć w przyszłości kojarząc poszczególne zdjęcia. Nic przez to nie stracicie, a zachowacie cząstkę historii" (Genealogia Polaków, post z 6.02.2019 na portalu Facebook [on-line:] https://www.facebook.com/genealogiapolakow/photos/a.652574021467404/2161254877265970/?type=3&theater?[27.03.2019]).

17 Por. J. Hoskins, *Agency, Biography and Objects* [w:] *Handbook of Material Culture*, eds. C. Tilley et al., New York 2006, ss. 74–84; A. Stanisz, *Pamięć i przedmioty biograficzne w kontekście tworzenia domu*

Narracje małe i duże. O demokratyzacji pamięci

Kluczem do zrozumienia strategii memoryzacyjnych związanych z genealogią jest sprzężenie zwrotne, jakie zachodzi w relacji między odgórnym a oddolnym konstruowaniem tożsamości. Odbywa się ono przy pomocy przedmiotów, które na różnych poziomach stanowić mogą ekspresję różnych pamięci: jednostkowej, rodzinnej, lokalnej czy narodowej[18].

Genealogiczny *boom* w USA, czyli kolebce współczesnej genealogii rozumianej jako hobby (uprawianej przez wielu obywateli w wolnym czasie), ale również jako gałąź wiedzy czy profesja, opisany został przez tamtejszych antropologów i socjologów głównie – co jest całkiem zrozumiałe – przez pryzmat miejscowych praktyk[19]. Stary Kontynent i jego mająca antyczne korzenie tradycja elitarnej genealogii to jednak zupełnie inne podłoże kulturowe. Globalne przemiany w sposobach postrzegania przeszłości odcisnęły się tutaj na całym spektrum praktyk pamięci, jednocześnie nie doprowadzając do całkowitego wyrugowania lokalnych uwarunkowań[20]. Widać to doskonale na przykładzie tak zwanej amatorskiej genealogii w Polsce oraz krajach byłego ZSRR, gdzie zjawisko to może być traktowane jako logiczne następstwo zwrotu ku lokalności. Upadek żelaznej kurtyny i okres transformacji wytyczyły w tej części Europy ścieżki pamięci, którymi odchodzić zaczęto od zmonopolizowanego przekazu wyobrażeń o przeszłości[21]. Praktykowanie genealogii bez względu na pochodzenie to także jednoznaczna manifestacja prawa do odzyskiwania i posiadania swojej własnej historii przez tych, których przodkowie – bezimienni dotąd chłopi, rzemieślnicy czy drobni mieszczanie – przez wieki spychani byli na margines historiografii. Na tej płaszczyźnie, zgodnie z uwagą Pierre'a Nory, obserwować możemy wyłanianie się „najrozmaitszych

rodzinnego [w:] *Rodzina, tożsamość, pamięć,* red. M. Kujawska, I. Skórzyńska, G. Teusz, Poznań 2009, ss. 243–261.

18 Por. J. Kurczewska, P. H. Kosicki, *The Role of Family Memory in Times of System Transformation*, „International Journal of Sociology" 2006/2007, Vol. 36, No. 4: *Collective Memory and Social Transition in Poland*, s. 69.

19 W pracach tych zwracano uwagę nie tylko na kwestie pamięci i tożsamości, lecz także na stricte psychologiczne aspekty poszukiwania korzeni (por. A. M. Kramer, *Kinship, Affinity and Connectedness. Exploring the Role of Genealogy in Personal Lives*, „Sociology" 2011, Vol. 45, No. 3, ss. 379–395).

20 Pamięć rodzinna oraz narracja genealogiczna wespół z metodologią, za pomocą której jest ona kształtowana, stanowią barometr lokalnych, w tym narodowych tożsamości. W kontekście Europy Zachodniej znamiennych przykładów demokratyzacji pamięci dostarczają Francja i Niemcy (por. S. Gollac, A. Oese, *Comparing Family Memories in France and Germany: The Production of History(ies) Within and Through Kin Relations*, „Journal of Comparative Family Studies" 2011, Vol. 42, No. 3: *Families and Memories: Continuity and Social Change*, ss. 385–397).

21 Por. B. Korzeniewski, *Demokratyzacja pamięci wobec przewartościowań w pamięci Polaków po 1989 r.*, „Pamięć i Sprawiedliwość" 2013, nr 12/2 (22), s. 62.

form pamięci mniejszości, dla których odzyskanie własnej przeszłości stanowi integralną część afirmacji ich tożsamości"[22]. Każda pamięć jest zatem znacząca.

Po 1989 roku, jak pisze Marek Ziółkowski, stopniowo zaczęły wyodrębniać się trzy różne kategorie demokratycznych „podmiotów pamięci". U szczytu tej piramidy pozostawały instytucje państwowe zarządzające pamięcią zbiorową, w tym pączkująca sieć archiwów. Drugim podmiotem stały się instytucje obywatelskie i stowarzyszenia, trzecim zaś – aktorzy niezinstytucjonalizowani (na przykład społeczności lokalne czy rodziny)[23]. Dziś archiwum rozumiane jako miejsce pamięci[24] – idea wzmiankowana choćby przez Norę czy Andrzeja Szpocińskiego – realizuje się w myśl paradygmatu 2.0: zbiory archiwalne o znaczeniu mikrohistorycznym są na ogromną skalę kopiowane, indeksowane i udostępniane użytkownikom[25]. Podmioty przenikają się; trzeci sektor podejmuje współpracę z archiwistami, podczas gdy lokalne społeczności żywo uczestniczą w procesach przetwarzania zbiorów archiwalnych, państwowych oraz kościelnych. Na naszych oczach powstaje cały wachlarz oddolnych praktyk: począwszy od regionalnych projektów indeksacji i digitalizacji ksiąg metrykalnych, poprzez tworzenie wirtualnych wyszukiwarek grobów, na publikowaniu zawartości domowych archiwów kończąc. Wiele instytucji wychodzi naprzeciw społeczeństwu, oferując bezpłatny dostęp do skanów akt, w których każdy ma szansę odnaleźć te dotyczące własnego przodka. Za przykład służyć może administrowany przez Narodowe Archiwum Cyfrowe serwis Szukaj w Archiwach, który obejmuje na chwilę obecną ponad 37 milionów skanów dostępnych online[26]. Na jego bazie tworzone są tymczasem, już jako projekty oddolne, genealogiczne bazy danych i wyszukiwarki, jak choćby zarządzana przez Wielkopolskie Towarzystwo Genealogiczne „Gniazdo" Baza Systemu Indeksacji Archiwalnej (BASIA)[27], czy Genealogiczna Kartoteka (Geneteka)[28] sygnowana przez Polskie Towarzystwo Genealogiczne. Dla niektórych regionów, takich jak Wielkopolska czy Mazowsze, procent zdigitalizowanych metryk jest na tyle wysoki, że poszukiwacze praktykują genealogię bez konieczności odwiedzania archiwum. Co więcej, fizyczny kontakt z dokumentami jest dla niektórych rzeczą zbędną:

22 P. Nora, *Czas pamięci*, tłum. W. Dłuski, „Res Publica Nowa" 2001, nr 7, s. 41.

23 Por. M. Ziółkowski, *Pamięć i zapominanie: trupy w szafie polskiej zbiorowej pamięci*, „Kultura i Społeczeństwo" 2001, t. 45, nr 3–4: *Historia i pamięć*, s. 6.

24 Por. P. Nora, *Between Memory and History: Les Lieux de Mémoire,* „Representations" 1989, No. 26: *Memory and Counter-Memory*, s. 12; A. Szpociński, *Miejsca pamięci (Lieux de mémoire)*, „Teksty Drugie" 2008, nr 4: *Miejsca realne i wyobrażone*, s. 15.

25 Strukturę pamięci i rolę śladu we współczesnej kulturze opanowanej „gorączką archiwów" rozważa w swej książce Jacques Derrida (por. idem, *Gorączka archiwum: impresja freudowska,* tłum. J. Momro, Warszawa 2016).

26 Szukaj w Archiwach, *O serwisie* [on-line:] https://szukajwarchiwach.pl/o_serwisie [26.03.2019].

27 Por. Baza Systemu Indeksacji Archiwalnej [on-line:] http://www.basia.famula.pl/o_projekcie [26.03.2019].

28 Por. Geneteka, *Historia Geneteki* [on-line:] http://geneteka.genealodzy.pl/ogenetece.php [26.03.2019].

> Bo ja jestem jeszcze taki genealog, który mało co odwiedza stacjonarnie miejsc. Bo w archiwach jako tako to byłam dwóch, trzech, niektórzy mówią, że tak wyjeżdżają, takie całe […] wycieczki tworzą, a ja to w sumie – Warszawa, która jest cała bardzo dobrze zindeksowana, a jak nie, no to właśnie ta parafia Świętego Antoniego. To już było, te wszystkie lata, które ja potrzebowałam, to były zeskanowane, więc wystarczyło przejrzeć, przeszukać, nawet wtedy jak nie było indeksów. […] Więc tu, ja jestem taka jakoś bardziej… taki genealog, taki bardziej internetowy, komputerowy[29].

To, co prywatne, nabiera wydźwięku publicznego, zaczynając funkcjonować w zupełnie nowym aniżeli dotychczas kontekście – i vice versa. Imperatyw gromadzenia śladów przeszłości rodziny, odnajdywanych w przestrzeni ogólnodostępnej, jaką stanowi instytucja Archiwum i jej cyfrowe odpowiedniki, to zatem główna oś genealogicznej praktyki. Jaskrawym przykładem na to, w jaki sposób dochodzi do przenikania się wielkich i małych narracji, jest fenomen tak zwanej „Polskiej Deklaracji o Przyjaźni i Podziwie dla Stanów Zjednoczonych", czyli zbioru podpisów, które pięć i pół miliona Polaków złożyło pod życzeniami dla narodu amerykańskiego w sto pięćdziesiątą rocznicę uchwalenia Deklaracji niepodległości[30]. Odsyłacze do liczącego sto jedenaście tomów manuskryptu, przechowywanego i udostępnianego w formie cyfrowej przez Bibliotekę Kongresu USA, pojawiły się w polskojęzycznym internecie jesienią 2017 roku. Niemal natychmiast zaczęto realizować projekty polegające na indeksacji zbioru. Projekty – bowiem działania te inicjowane były na różnych szczeblach oraz przez rozmaite instytucje: od ogólnopolskiego portalu „Polska 1926. Portret zbiorowy II RP" administrowanego przez Ośrodek KARTA, a tworzonego przy współudziale stowarzyszeń, bibliotek i lokalnych społeczności[31], aż po wyszukiwarkę PTG[32]. W mediach społecznościowych (Facebook), na stronach i grupach dyskusyjnych o „małojczyźnianym" oraz genealogicznym profilu pojawiły się treści zachęcające do uczestnictwa w tym jakże symptomatycznym performansie pamięci:

> Poniżej prezentuję przykładową Deklarację ze szkoły w Dylewie. Jak możemy przyczynić się do odkrycia swoich bliskich a przy okazji ułatwienia pracy genealogom? Wystarczy spisać nazwiska z deklaracji ze szkół kurpiowskich. […] Taka baza kurpiowskich nazwisk sprzed ponad 90 lat to prawdziwa gratka!
> [Odpowiedzi – M. R.-K.]

29 Kobieta, 28 l., Warszawa [27.12.2018].

30 Por. A. Aniskiewicz (oprac.), *Polska Deklaracja o Podziwie i Przyjaźni dla Stanów Zjednoczonych* [on-line:] https://culture.pl/pl/artykul/sto-lat-usa-polska-deklaracja-o-podziwie-i-przyjazni-dla-stanow-zjednoczonych-dostepna-online [27.03.2019].

31 Por. Polska 1926, *Pomóż nam tworzyć portal* [on-line:] http://www.polska1926.pl/blog/15 [27.03.2019].

32 Por. Polskie Towarzystwo Genealogiczne, baza Deklaracja [on-line] http://deklaracja.genealodzy.pl/ [27.03.2019].

> Moja ciocia z Pabianic podpisała. Będę szukał i innych! / Proszę o kontakt na tej liście jest brat moje babci z Gibalki […]. Jeszcze na liście z Siemnochy znalazłam rodzeństwo mojego dziadka. Priv[33].

> Jeśli wasz przodek w 1926 roku mógł chodzić do szkoły, to polecam tą stronę. Być może znajdziecie jego podpis na karcie szkolnej Hołdu 150 lat niepodległości Stanów Zjednoczonych […] Ja kilku znalazłam.
> [Odpowiedzi – M. R.-K.]
> Rewelacja! Jest mój dziadek ☺ / U mnie jeden z prawujków występował jako opiekun klasy czyli nauczycielem był. / Mój Stryj Walenty w Seminarium Nauczycielskim w Ostrogu nad Horyniem… / Moja babcia jest ☺ Miała 12 lat[34].

> Biblioteka Gminna w Przecławiu realizuje bardzo ciekawy projekt pod nazwą „5,5 miliona, Wdzięczni Ameryce". Zachęcamy do zapoznania się z projektem i do udziału w nim. Zostawmy coś na pamiątkę po naszych przodkach! Znajdź swoich bliskich sprzed 100 lat i podziel się ich historią! Stwórzmy razem opowieść o naszej gminie i jej mieszkańcach[35].

> Jest bardzo prawdopodobne, że na tych listach znajdą Państwo swoich bliskich […]. Może mają Państwo w domu zdjęcia lub dokumenty, które dotyczą podpisanych osób? Liczy się każda najmniejsza informacja czy pamiątka![36]

Wspólnotowy wymiar zjawiska i jego społeczna dynamika to tylko jedna strona medalu. W obliczu zderzenia narracji prywatnych, niejako zaklętych w autografie antenata, z występującym w roli świadka dokumentem dochodzi do nobilitacji tego wszystkiego, co dotąd działo się za kulisami Historii. Złożony w roku 1926 i urastający do rangi pamiątki podpis, w jednym szeregu z fotografią czy metryką urodzenia, stać się może epifenomenem nieżyjącej już osoby, niezbywalnym jej atrybutem, a wreszcie – reprezentacją[37]. Motyw poszukiwania dokumentów, na których widnieje autograf przodka, często przewija się w moich badaniach, co zilustrować może fragment wspólnej opowieści syna i matki nad rodzinnym albumem oraz zakupionym na aukcji dokumentem:

> Rozmówca 1 [syn]: [Trzymając w ręku fotografię wyjętą ze starego albumu] To jest najstarszy sfotografowany przodek i to jest najstarsze pokolenie. […] To jest właśnie ten prapradziadek, który był wójtem Wilkowic. Masz gdzieś ten papier może? [zwraca się do mamy]
> Rozmówca 2 [matka]: Mhm. [odchodzi od stołu i wyjmuje z szafki owinięty w folię dokument].

---

33 Kurpie – historia i trwanie, post z 24.10.2017 na portalu Facebook [on-line:] https://www.facebook.com/Kurpie.Historia.Trwanie/photos/a.425117137567165/1528476943897840/?type=3&theater [27.03.2019], pisownia oryginalna.

34 Genealodzy.pl [27.03.2019]. W przypadku grup zamkniętych nie podaję adresu dostępu z uwagi na ochronę danych osobowych.

35 Dawna Tuszyma, post z 6.01.2019 na portalu Facebook [on-line:] https://www.facebook.com/DawnaTuszyma/posts/382444395634898?__tn__=K-R [27.03.2019].

36 Powiatowa Biblioteka Publiczna [post usunięty] [on-line:] https://www.facebook.com/PowiatowaBibliotekaPubliczna/posts/2198702450400007 [27.03.2019].

37 Wymowne jest tutaj określenie pochodzące z drugiego członu nazwy projektu: „Portret zbiorowy II RP".

> R1: Taki strzał, i to dosłownie miesiąc temu?
> R2: Na Allegro, ano. [w tle słychać szelest folii chroniącej pismo przez zniszczeniem]
> R1: Bo to jest takie pismo urzędowe, nawet ciężko powiedzieć, kogo dotyczy, znaczy nazwiska takie typowe lokalne. […] W każdym razie to jest sprzed 108 lat i jest podpisane przez tego prapraprapradziadka.
> R2: Patrz, nawet mogło być to zdjęcie zrobione w tym samym czasie. […] [po dłuższej chwili ciszy] No ten podpis najfajniejszy… Pismo miał ładne. I to jest on [wskazując na leżącą obok fotografię][38].

Treść pisma przestaje mieć tutaj znacznie. Jako przedmiot dokument ten utracił swą pierwotną funkcję już dawno, lecz tylko po to, by po latach ponownie wpaść w obieg znaków. Od momentu odnalezienia służy już jako ślad *sui generis*, a sankcjonujący charakter podpisu dotyczy jego nowej roli. Lecz wspomniany wyżej przypadek o tyle różni się od „zbiorowego portretu Polaków", że rozpiętość między tym, co prywatne i publiczne jest zauważalnie mniejsza. W kontekście projektu „Polska 1926" nie bez znaczenia pozostaje również ranga samego starodruku, który skupia w sobie kolekcję podpisów zwykłych ludzi, jednak „zebranych wśród najwyższych dostojników władz centralnych, z Prezydentem Ignacym Mościckim i Marszałkiem Józefem Piłsudskim na czele"[39]. Wyłaniający się z niniejszej refleksji wątek memorabiliów wpisujących rodzinne narracje w ramy konkretnych wydarzeń, miejsc czy postaci, poruszają Joanna Kurczewska i Piotr H. Kosicki:

> Pamiątki rodzinne nie tylko budują wspólnotę dla współczesnej rodziny (a przynajmniej jej wybranych członków) z jej przeszłych wierzeń, wartości i akcji. Kształtują one także wspólnotę połączoną przez historyczne okresy i wydarzenia, jak również typy kultur i grup społecznych, z którymi były powiązane społeczne aktywności jej przodków. Te elementy pojawiają się jako swoiste kotwice, które poprzez zgłębianie wspomnień w pewnych narracjach historycznych, wiążące je z abstrakcyjnymi wartościami bądź też konkretnymi wydarzeniami, porządkuje chaos rodzinnych wspomnień w szerszych narracjach historycznych[40].

Przedmiot taki – na przykład fotografia znanej postaci czy łuska pocisku artyleryjskiego – pozwala nie tylko organizować elementy rodzinnej narracji, ale i ją sankcjo-

38 Mężczyzna, 27 l., Kobieta, 49 l., Wilkowice k. Bielska-Białej, 2.01.2019, relacja w zbiorach autorki.

39 Powiatowa Biblioteka Publiczna [post usunięty] [on-line:]: https://www.facebook.com/PowiatowaBibliotekaPubliczna/posts/2198702450400007 [27.03.2019].

40 „Family memorabilia not only build a community for the contemporary family (or at least selected members of the family) out of that family's past beliefs, values, and actions. They also create a community bound together by historical periods and events or types of cultures and social groups, with whom the social activities of their ancestors were tied. These come into play as anchors of a sort, which by »digging into« recollections in certain historical narratives, tying them either to abstract values or to concrete events, make order out of the chaos of family recollections in broader historical narratives" – J. Kurczewska, P. H. Kosicki, op. cit., s. 71, przekład filologiczny własny – M. R. K.

nować[41]. Dyskusje toczące się na grupie Genealodzy.pl i innych o podobnym profilu często zbaczają na ten tor:

> Witam. W albumie rodzinnym jest zdjęcie Gabriela Narutowicza, ale na rewersie jest napis odręczny, że to niby pan x Sztokholm 1903, Rudolfowi na pamiątki podarował Paul (brat) czyli pewien wujek. Podobne zdjęcie Gabriela Narutowicza widnieje w internecie. […] I moje pytanie brzmi, czy była to jakaś firma fotograficzna produkująca masówki na sprzedaż, czy normalnym było, że zwykłe rodziny posiadały takie zdjęcia[42].

Do częściej pojawiających się kategorii zapytań należą prośby o rozpoznanie munduru przodka, którym jako załącznik towarzyszy skan fotografii. Rozpoczyna się wówczas ekscytujące wirtualne śledztwo, a komentujący prześcigają się w próbach interpretacji:

> W rodzinnym albumie mam takie zdjęcie. Prawdopodobnie to jest jeden z braci mojej babci lub ich kuzyn. Zdjęcie zostało zrobione w Berlinie. Proszę o pomoc w rozszyfrowaniu umundurowania, jaki to czas i jakie wojsko[43].

Aby zakończyć wątek demokratyzacji pamięci w obliczu polskiej mody na odkrywanie korzeni, nadmienić trzeba jeszcze o najróżniejszych (pobocznych względem samych badań i kwerend) praktykach podejmowanych przez genealogów zrzeszonych w wirtualnych wspólnotach pamięci. Przestrzeń tej aktywności jest dziś ogromna, na co wskazują moi rozmówcy i co potwierdza etnograficzna partycypacja[44]. Fora internetowe oraz działające na Facebooku grupy dyskusyjne są formą ich ekspresji. Sieć kontaktów nie tylko jednak usprawnia sam proces poszukiwań (na przykład umożliwia wzajemną pomoc w tłumaczeniu dokumentów oraz identyfikacji fotografii):

> Ktoś mi w grupie na przykład pisze o to i o to, ja to sprawdzam. No zgadza się, to mu odpowiadam. Ale wiele rzeczy jest takich, że jest bardzo albo zbliżone nazwisko, albo imię. […] Ja kiedyś robiłam takie różne symulacje na Facebooku. Tego jest ogrom. Ogrom grup, ogrom! [z pasją w głosie] Z tym, coraz bardziej, i to mi się podoba, coraz bardziej zaczynają się tworzyć środowiska, jakby to można powiedzieć, etnograficzne, regionalne, właśnie, skupiające osoby do danego miejsca, do danego terenu. I to jest bardzo dobre, bo uważam, że tam będzie się robić, czy powinno się rodzić, ta cała otoczka… mmm… [następuje dłuższa chwila zastanowienia] życia tego[45].

41 Por. P. Holland, *History, Memory and the Family Album* [w:] *Family Snaps. The Meanings of Domestic Photography*, eds. J. Spence, P. Holland, London 1991, s. 3.

42 Genealodzy.PL [16.12.2017].

43 Ibidem [10.01.2019].

44 Metodą, którą wykorzystuję w badaniach tego typu zjawisk, jest wirtualna obserwacja uczestnicząca.

45 Kobieta, 58 l., Pęgów k. Wrocławia, 27.02.2019, relacja w zbiorach autorki.

Sieć ta stwarza również przestrzeń, w której podnosi się prestiż kolekcjonera mogącego zaprezentować najstarsze posiadane fotografie bądź największe, relacjonowane na gorąco odkrycia:

> Najstarsze zdjęcie jakie jest w posiadaniu mojej rodziny przedstawia 3xpradziadka Aleksandra Rucińskiego. Niestety nie ma na nim nazwy atelier aby spróbować dokładnie określić miejsce oraz datę fotografii. Zakładam, że to około 1863 roku. […] Podam więcej szczegółów odtworzonych na podstawie akt metrykalnych[46].

> Ku mojej wielkiej radości udało mi się odnaleźć zdjęcie moich pradziadków ze strony mamy. Siedzą Józefa i Józef W. [nazwisko]. Radość wielka … ☺
> [Odpowiedzi– M. R.-K.]

> Gratuluję i zazdroszczę i to bardzo. / Cierpliwość się opłaca. Wiem, że pomaga mi mama, która odeszła w zeszłym roku. Kiedy żyła mówiła, że jestem „agentem" ☺ i cieszyła się z moich odkryć ☺ / Cierpliwość nie ma tu znaczenia. Czasami nie ma skąd czy od kogo zdobyć zdjęcie[47].

Tak zwany „Genealogiczny internet" – aby posłużyć się pojęciem ukutym w trakcie wywiadu przez jednego z moich rozmówców – jawi się jako rzeczywistość demokratyczna, choć przede wszystkim na płaszczyźnie swobodnego dostępu do źródeł i baz danych. Paradoksalnie, większość tematycznych grup dyskusyjnych to grupy zamknięte, co odzwierciedla nieco hermetyczny rys oficjalnych towarzystw genealogicznych działających w Polsce. W tej samej przestrzeni obserwujemy jednocześnie otwarcie się na wszelkiego rodzaju przejawy lokalności w sieci; to zatem drugi – obok centralnej, dostarczającej źródeł pisanych instytucji Archiwum[48] – rezerwuar wiedzy o przodkach i ich świecie, służący wypełnianiu białych plam na mapie prywatnych historii:

> A mój tato […] mówi: „Dziecko, a kto to wie, ja nic nie pamiętam. Nic nie pamiętam, nic nie pamiętam". A zaczęłam już używać bardziej sieci… […] Podstawa – internet w poszukiwaniach. W posługiwaniu się. To jest… [w] drążeniu tematu. Robię ogłoszenia na wszystkich możliwych portalach: Radzima.net, odkrywam różne. I wpisuję: „Poszukuję S. [nazwisko], poszukuję mieszkańców Miru, poszukuję z Połoneczki…" w różnej konfiguracji. […] Jak ja sięgnęłam po moje pierwsze pytania, jak ja odkryłam szukanie w Internecie, jak ja odkryłam internet i jak się zaczęłam tym interesować, to […], jak to mój kuzyn z Anglii powiedział [śmiech], wiadomości nasze pryskały jak bańki mydlane![49]

46 Genealodzy.pl [10.02.2019].
47 Ibidem, [23.02.2019].
48 Pojęcie „Archiwum" służy tutaj jako zbiorcze określenie sieci archiwów państwowych i diecezjalnych.
49 Kobieta, 58 l., Pęgów k. Wrocławia, 27.02.2019, relacja w zbiorach autorki.

Praktykowanie genealogii to wreszcie dekolonizacja świata rodzinnych wyobrażeń o przeszłości i obszar, w którym dochodzi do szeregu przewartościowań. Z jednego mitu powstaje jednak kolejny – tym razem zbudowany przy pomocy dodatkowych artefaktów.

Zakończenie (pętla na szyi historii?)

José van Dijck w swej teorii pamięci zmediatyzowanych kładzie nacisk na uwierzytelniającą rolę medium; źródłem i kryterium prawdy jest tu ludzka pamięć, która zawłaszcza materię. Tymczasem należałoby zastanowić się, czy kryterium to jest w ogóle konieczne do zgłębienia istoty genealogicznej gorączki i praktyk jej przypisanych. Chcący wyjść poza krąg przekazywanych z pokolenia na pokolenie pamiątek poszukiwacz, kolekcjoner czy też badacz rodzinnej przeszłości (rozpiętość nomenklatury jest bowiem znaczna) otacza się obiektami, których nie możemy jasno określić mianem autentycznych. Efektem archiwalnych kwerend są przecież fotografie, kserokopie lub skany danego źródła. Nawet oryginalny dokument bądź zdjęcie poddawane są zresztą przez swego właściciela, mniej lub bardziej świadomie, licznym przekształceniom, nie tylko fizycznym. Reinterpretacja przedmiotu to ingerencja w jego system znaczeń, w efekcie której tworzy się palimpsest; zbiór zazębiających się narracji ilustrujących jedyny w swoim rodzaju rodzinny mit. Jeżeli więc obiekt, który mamy przed sobą, nie jest ani prawdą, ani fałszerstwem – to czymże jest?

Być może należałoby odpowiedzieć za Jeanem Baudrillardem, że „należy [on] do kręgu nie zjawisk, lecz symulacji”[50]. Ocalanie zasady rzeczywistości wiąże się tutaj z pragnieniem ukrycia, że rzeczywistość przestała być realna. Uporczywe poszukiwanie wszelkich obrazów odnoszących się do przeszłości rodziny – bowiem to ono stanowi w pewnym sensie podglebie genealogicznego fenomenu – prowadzi do tworzenia kolejnych symulacji przeszłości. Symulacji tego wszystkiego, co zmarli zabrali ze sobą do grobów i co przynależy dziś do innego świata, do którego my, żyjący, nie mamy już całkiem dostępu. Nadmiar śladów staje się oto przestrzenią symulakrum[51]. „Jest paradoksem, że to właśnie pragnienie »autentyczności« napędza karuzelę symulacji – poszukując prawdy, budujemy fikcję”[52] – konstatuje tymczasem Marianna Michałowska w eseju poświęconym idei fotografii w obliczu nowych mediów. Sens tego stwierdzenia z powodzeniem rozciągnąć można na cały wachlarz genealogicznych artefaktów. Obfitość wszelkich świadectw i wzrastający ciężar narracji

50 J. Baudrillard, *Precesja symulakrów*, tłum. T. Komendant [w:] *Postmodernizm. Antologia przekładów*, red. R. Nycz, Kraków 1996, s. 181.

51 Ibidem, s. 188.

52 M. Michałowska, *Odnowienie pamięci – fotografia wobec nowych mediów,* „Sztuka i Filozofia” 2000, nr 18, s. 98.

historycznej – zjawiska będące niejako produktami współczesnej obsesji pamięci – prowokują tymczasem do refleksji nad bezradnością człowieka wobec upływającego czasu. Co więcej, coraz mocniej akcentowany przez badaczy problem nadmiaru zdaje się być wyrazem poszukiwania „chybotliwej równowagi między zapamiętywaniem a zapominaniem"[53].

Popularność genealogii w Polsce wzrasta sukcesywnie od kilkunastu lat. Tym samym do głosu dochodzą drugie i trzecie pokolenie po drugiej wojnie światowej, pragnące opowiedzieć historię raz jeszcze. Jak przebiegać będą dalsze trajektorie pamięci tychże pokoleń i jakie pytania badawcze się wówczas zrodzą, trudno przewidzieć; z całą pewnością jednak potrzeba odkrywania oraz posiadania własnych Adamów i Ew przejawiać się będzie pod niejedną jeszcze postacią.

53 H. Weinrich, *Przechowane, czyli zapomniane,* tłum. P. Majewski [w:] *Antropologia pamięci. Zagadnienia…*, s. 317.

Bibliografia

Aniskiewicz A., *Polska Deklaracja o Podziwie i Przyjaźni dla Stanów Zjednoczonych* [on-line:] https://culture.pl/pl/artykul/sto-lat-usa-polska-deklaracja-o-podziwie-i--przyjazni-dla-stanow-zjednoczonych-dostepna-online [27.03.2019].

Baudrillard J., *Precesja symulakrów*, tłum. T. Komendant [w:] *Postmodernizm. Antologia przekładów*, red. R. Nycz, Kraków 1996.

Baza Systemu Indeksacji Archiwalnej, *O projekcie* [on-line:] http://www.basia.famula.pl/o_projekcie [27.03.2019].

Berliner D., *The Abuses of Memory. Reflections on the Memory Boom in Anthropology*, „Anthropological Quarterly" 2005, Vol. 78, No. 1.

Connerton P., *How societies remember*, Cambridge 1989.

Dawna Tuszyma, post z 6.01.2019 na portalu Facebook [on-line:] https://www.facebook.com/DawnaTuszyma/posts/382444395634898?__tn__=K-R [27.03.2019].

Derrida J., *Gorączka archiwum: impresja freudowska,* tłum. J. Momro, Warszawa 2016.

van Dijck J., *Pamięć zmediatyzowana jako narzędzie pojęciowe*, tłum. R. Chymkowski [w:] *Antropologia pamięci. Zagadnienia i wybór tekstów,* red. P. Majewski, M. Napiórkowski, Warszawa 2018.

Erll A., *Locating Family in Cultural Memory Studies*, „Journal of Comparative Family Studies" 2011, Vol. 42, No. 3: *Families and Memories: Continuity and Social Change*.

Genealodzy.pl, post z 27.03.2019 na portalu Facebook, grupa zamknięta [ochrona danych osobowych].

Genealogia Polaków, post z 6.02.2019 na portalu Facebook [on-line:] https://www.facebook.com/genealogiapolakow/photos/a.652574021467404/2161254877265970/?type=3&theater? [27.03.2019].

Geneteka baza Polskiego Towarzystwa Genealogicznego, *Historia Geneteki* [on-line:] http://geneteka.genealodzy.pl/ogenetece.php [27.03.2019].

Halbwachs M., *Społeczne ramy pamięci,* tłum. M. Król, Warszawa 1969.

Holland P., *History, Memory and the Family Album* [w:] *Family Snaps. The Meanings of Domestic Photography,* eds. J. Spence, P. Holland, London 1991.

Hoskins J., *Agency, Biography and Objects* [w:] *Handbook of Material Culture*, eds. C. Tilley et al., New York 2006.

Kaniowska K., *Antropologia i problem pamięci*, „Polska Sztuka Ludowa – Konteksty" 2003, t. 57, z. 3–4.

Korzeniewski B., *Demokratyzacja pamięci wobec przewartościowań w pamięci Polaków po 1989 r.*, „Pamięć i Sprawiedliwość" 2013, nr 12/2 (22).

Kramer A. M., *Kinship, Affinity and Connectedness: Exploring the Role of Genealogy in Personal Lives*, „Sociology" 2011, Vol. 45, No. 3.

Kurczewska J., Kosicki P. H., *The Role of Family Memory in Times of System Transformation*, „International Journal of Sociology" 2006/2007, Vol. 36, No. 4: *Collective Memory and Social Transition in Poland*.

Kurpie – historia i trwanie, post z 24.10.2017 na portalu Facebook [on-line:] https://www.facebook.com/Kurpie.Historia.Trwanie/photos/a.425117137567165/1528476943897840/?type=3&theater [27.03.2019].

Landsberg A., *Prosthetic Memory: The Transformation of American Remembrance in the Age of Mass Culture*, New York–Chichester 2004.

Macdonald S., *Memoryland. Heritage and Identity in Europe Today*, London–New York 2013.

Michałowska M., *Odnowienie pamięci – fotografia wobec nowych mediów*, „Sztuka i Filozofia" 2000, nr 18.

Nora P., *Between Memory and History: Les Lieux de Mémoire*, „Representations" 1989, No. 26: *Memory and Counter-Memory*.

Nora P., *Czas pamięci*, tłum. W. Dłuski, „Res Publica Nowa" 2001, nr 7.

Polska 1926, *Pomóż nam tworzyć portal* [on-line:] http://www.polska1926.pl/blog/15 [27.03.2019] .

Polskie Towarzystwo Genealogiczne, baza Deklaracja [on-line:] http://deklaracja.genealodzy.pl/ [27.03.2019].

Powiatowa Biblioteka Publiczna [post usunięty] [on-line:] https://www.facebook.com/PowiatowaBibliotekaPubliczna/posts/2198702450400007 [27.03.2019].

Stanisz A., *Pamięć i przedmioty biograficzne w kontekście tworzenia domu rodzinnego* [w:] *Rodzina, tożsamość, pamięć*, red. M. Kujawska, I. Skórzyńska, G. Teusz, Poznań 2009.

Sturken M., *Tangled Memories. The Vietnam War, the AIDS Epidemic, and the Politics of Remembering*, Oakland 1997.

Szpociński A., *Miejsca pamięci (Lieux de mémoire)*, „Teksty Drugie" 2008, nr 4: *Miejsca realne i wyobrażone*.

Szukaj w Archiwach, *O serwisie* [on-line:] https://szukajwarchiwach.pl/o_serwisie [26.03.2019].

Weinrich H., *Przechowane, czyli zapomniane,* tłum. P. Majewski [w:] *Antropologia pamięci. Zagadnienia i wybór tekstów,* red. P. Majewski, M. Napiórkowski, Warszawa 2018.

Ziółkowski M., P*amięć i zapominanie: trupy w szafie polskiej zbiorowej pamięci*, „Kultura i Społeczeństwo" 2001, t, 45, nr 3–4: *Historia i pamięć*.

Streszczenie

Rosnące zainteresowanie poszukiwaniami genealogicznymi w Polsce to wyraz swoistej mody, ale również potrzeby posiadania własnego miejsca w tak zwanej „Wielkiej Historii". W perspektywie antropologii kulturowej tradycyjna definicja genealogii jako nauki pomocniczej historii ustępuje znacznie szerszemu zagadnieniu, w którym mieści się jakże złożony problem tożsamości oraz pamięci (w tym jej postępującej dekolonizacji i demokratyzacji). Odzyskują dziś prawo do posiadania pamięci i przeszłości ci, których przodkowie – chłopi, rzemieślnicy bądź drobni mieszczanie – spychani byli na margines historiografii. Znamiennym jest, iż możliwość eksplorowania zakątków rodzinnej historii pojawiła wraz z rozwojem internetu i coraz łatwiejszym dostępem do archiwaliów. Największa polska baza tego typu zawiera dziś ponad 37 milionów skanów. Artykuł ten stanowi analizę narracji zgromadzonych w trakcie wielostanowiskowych badań etnograficznych poświęconych fenomenowi genealogii amatorskiej w Polsce. Jego celem jest zarysowanie praktyk pamięci rodzinnej oraz sposobów, za pomocą których aktualne społeczeństwo jest w stanie napisać swą historię niejako od nowa. Co jednak szczególnie istotne, dzieje się to przy pomocy przedmiotów, obrazów i technologii medialnych, które zapośredniczają pamięć ludzką, legitymizując tym samym przeszłość oraz stwarzając pomost między wielką i małą historią.

Summary

Between Small Histories and the Great History. The Family History Trend in Poland as a Contribution to Reflections on Mediated Memories

The increase in interest in the search for ancestors in Poland is related to a specific fashion, but it also seems to express the need for people's own place in the so-called 'Great History'. From the anthropological point of view, the genealogical trend involves processes of democratization of memory and heritage, as well as discovering identity. In Poland more and more people look for their roots regardless of origin and give a voice to ancestors who were excluded from the 'official' historical narration: peasants, craftsmen, burghers etc. It also should be remarked that Poles obtained a unique chance to explore family history around 2000 because of the Internet access and the whole spectrum of on-line databases with digitized ancestral records. Nowadays it is easier to find information: only the biggest database of that type provides users with over 37 million scans of documents. This paper is an analysis of chosen narrations gathered during multi-sited ethnographic research, in order to show the most important aspects of genealogical trend in Poland: a broad spectrum of practices of family memory and various ways of re-writing the history by common people. Meanwhile, things and media technologies are able to absorb human memories and images about the past. Then they legitimize memories and bind the small and the big histories together.

Kamila Kołacz

Moda na Metodę. *The Method Acting* w klasycznym kinie hollywoodzkim i kinie Nowego Hollywoodu

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego

Celem niniejszego artykułu jest opisanie tak zwanego *Method Acting*[1]: nowoczesnego stylu amerykańskiego aktorstwa, który zawitał do kina na początku lat pięćdziesiątych, a następnie stał się dominującym aktorskim trendem w okresie tak zwanego Nowego Hollywoodu (1967–1980). Styl ten został wywiedziony z koncepcji rosyjskiego reżysera teatralnego Konstantego Stanisławskiego (1863–1938) i rozpowszechnił nowatorskie podejście do aktorstwa filmowego w USA, a potem na całym świecie.

Na Systemie Stanisławskiego, psychofizycznej metodzie pracy reżysera z aktorem podczas budowania przez niego postaci scenicznej, bazowali amerykańscy kontynuatorzy tradycji rosyjskiego mistrza, między innymi Stella Adler (1901–1992), Lee Strasberg (1901–1982) i Sanford Meisner (1905–1997). Koncepcje Stanisławskiego rozwijali oni w teatrze już od lat trzydziestych XX wieku, a z czasem przeszczepili je także na grunt aktorstwa filmowego.

Popularyzowane od końca lat czterdziestych XX wieku wizje aktorstwa dążącego do kreowania postaci zgodnie z założeniami realizmu psychologicznego zapoczątkowały w USA aktorską rewolucję, która w pełni mogła urzeczywistnić się dopiero w latach siedemdziesiątych. Radykalne zmiany, jakie dokonały się wówczas na wszystkich szczeblach hollywoodzkiego przemysłu filmowego, były tak doniosłe, że w dyskursie akademickim okres ten nazwano Nowym Hollywoodem. Zanegowano wówczas dotychczasowe tradycyjne pojmowanie funkcji aktora w procesie powstawania filmu

1 Współcześnie w Stanach Zjednoczonych mówi się raczej ogólnie o aktorstwie Metody a koncepcje aktorstwa psychologicznego sformułowane przez Lee Strasberga, Stellę Adler, ale także Roberta Lewisa czy Sanforda Meisnera, określa się potocznie od nazwy jego najbardziej popularnego wariantu, jakim była Metoda Strasberga, mianem *Method Acting*.

jako biernego wykonawcy woli reżysera. Coraz większej wagi nabierały zawodowy warsztat aktora, jego osobowość i komplementarna obecność autorska wyraziście zaznaczana na różnych etapach realizacji filmu. Ekranem zawładnęły charyzmatyczne indywidualności – tak zwani *Method Actors/Actresses*: Robert De Niro (1943–), Diane Keaton (1946–), Al Pacino (1940–), Jane Fonda (1937–), Dustin Hoffman (1937–), Jon Voight (1938–), Ellen Burstyn (1932–) czy Harvey Keitel (1939–).

Celem niniejszego tekstu jest historyczno-kontekstowe opisanie *Method Acting* na tle przemian zachodzących w amerykańskim aktorstwie i przemyśle filmowym. Skupię się na dwóch istotnych etapach rozwoju Metody: latach pięćdziesiątych, kiedy to skuteczność tego innowacyjnego trendu testowano na gruncie amerykańskiego filmu, a następnie na czasach nowego kina amerykańskiego[2], naznaczonego swoistym szaleństwem na punkcie Metody. Chciałabym wykazać, w jaki sposób technika aktorska dążąca do ukazania psychofizycznego realizmu postaci zrewolucjonizowała dotychczasowe podejście do aktorstwa filmowego, stając się w jego obrębie najmodniejszym trendem w historii.

„Sztuka przeżywania". Konstanty Stanisławski, System i działalność MChAT-u

Sztuka filmowa dokonała tej ważnej zmiany w oparciu o doświadczenia czerpane z teatru. W wizji Konstantego Stanisławskiego, rosyjskiego reżysera teatralnego, teoretyka, pedagoga i czołowej postaci Wielkiej Reformy Teatru, aktor był autonomicznym artystą, którego wrażliwość i wyobraźnia zostały zakorzenione w psychofizycznym treningu i pogoni za prawdą. Dążąc do zmiany mającej ukazać na scenie tak zwaną „prawdę wewnętrzną"[3], Stanisławski w 1897 roku założył wraz z Władimirem Niemirowiczem-Danczenką (1858–1943) własny zespół teatralny nazwany Moskiewskim Teatrem Artystycznym (MChT)[4]. Głównym zadaniem nowego teatru miało być wyzwolenie prawdziwej sztuki od sztampy oraz stereotypowych rozwiązań. Obaj założyciele określili kilka podstawowych reguł, na których oparli działalność MChT-u. Aby osiągnąć zamierzony cel, należało przede wszystkim zrewolucjonizować sposób podejścia aktora do procesu budowy postaci scenicznej.

2 Określenie to stosuje się wymiennie z terminem „Nowe Hollywood".

3 K. Stanisławski, *Praca aktora nad sobą. Część pierwsza. Praca aktora nad sobą w twórczym procesie przeżywania*, tłum. A. Męczyński, Warszawa 1953, s. 28.

4 Teatr swoją działalność rozpoczął rok później. W 1919 roku do nazwy dodano określenie „akademicki", stąd skrót MChAT. Por. J. Wojnicka, *Kino Rosji Carskiej i Związku Sowieckiego* [w:] *Historia kina*, t. 1: *Kino nieme*, red. T. Lubelski, I. Sowińska, R. Syska, Kraków 2010, s. 475.

Przez lata Stanisławski pracował z aktorami, wykorzystując obmyślony przez siebie System[5]. Nie był on zbiorem skodyfikowanych reguł sztuki aktorskiej, lecz istniał w licznych eksperymentach, których nadrzędny cel stanowiło osiągnięcie na scenie stanu „prawdy" podobnego do życia. Podstawowa zasada aktorstwa, czyli „sztuki przeżywania"[6], jak nazywał je Stanisławski, zakładała psychofizyczną jedność aktorskiej ekspresji. Aby wywołać u aktorów stan twórczy i wolę działania, rosyjski pedagog eksperymentował z nimi przy użyciu różnych technik. Posługiwał się między innymi improwizacją, relaksacją, koncentracją, a także dogłębną analizą tekstu wystawianego dramatu. Aby uruchomić proces przeżywania roli, aktor musiał włączyć nie tylko myśl, gestykę i mowę, ale także swój system nerwowy. Pomóc miało mu w tym odwołanie się do „pamięci emocjonalnej"[7], czyli zdolności odnajdywania we własnym życiu i wspomnieniach punktów odniesienia dla sytuacji przeżywanych przez postaci sceniczne. Odpowiednie kształcenie głosu aktora miało natomiast zapobiec mechanicznemu recytowaniu tekstu. Ogromną wagę Stanisławski przywiązywał również do gestyki, dlatego jego uczniowie przechodzili kurs gimnastyki, który miał pomóc im w wyeliminowaniu „obrazkowości póz i gestów"[8], które były dla niego niedopuszczalnym „zgrywaniem się"[9] aktora-rzemieślnika.

Kiedy w 1923 roku podczas amerykańskiego tournée Moskiewski Akademicki Teatr Artystyczny zawitał na Broadway, publiczność była zachwycona[10]. Podopieczni Stanisławskiego, demonstrując praktyczne zastosowanie Systemu, wystąpili jako zjednoczony ansambl[11], w którym każdy aktor wydawał się żyć życiem swojej postaci. Nie tylko odtwórcy głównych ról, lecz także aktorzy drugoplanowi w małych, niby nieznaczących kreacjach osiągali jednakowy poziom autentyzmu i prawdy scenicznej. W tym samym roku dwoje członków MChAT-u, Ryszard Bolesławski (1889–1937) i Maria Uspienska (1876–1949), zdecydowało się pozostać w USA. W Nowym Jorku

5 Prace nad tzw. Systemem Stanisławskiego trwały latami. Stanisławski sporządzał obszerne notatki, które zawierały wnioski wynikające z praktycznej pracy z aktorami i innymi początkującymi artystami. Z tego materiału powstały książki: *Praca aktora nad sobą* oraz *Praca aktora nad rolą.* Por. K. Stanisławski, op. cit., s.7.

6 K. Stanisławski, op. cit., s. 25.

7 Ibidem, s. 209.

8 Ibidem. 37.

9 Ibidem. 36.

10 Lee Strasberg oglądał spektakle MChAT-u na Broadwayu. Por. L. Strasberg, *A Dream of Passion*: *The Development of the Method*, Boston 1988, s.38.

11 Jedną z zasad działalności MChAT-u była zespołowość i brak gwiazdorstwa. W tym kontekście rosyjscy artyści zaprezentowali amerykańskiej widowni coś zupełnie nowego. Por. E. Uniejewska, *Amerykańska Metoda*, „Teatr" 2017, nr 3[on-line:] http://www.teatr-pismo.pl/ludzie/1682/amerykanska_metoda/ [4.10.2019].

założyli oni własną szkołę eksperymentalną nazwaną American Laboratory Theatre[12], w której nauczali aktorów praktycznego wykorzystania Systemu Stanisławskiego. Nauki Bolesławskiego, a szczególnie zagadnienie pamięci afektywnej[13], miały silny wpływ na Lee Strasberga, ucznia American Laboratory Theatre. To wtedy Strasberg po raz pierwszy zetknął się z Systemem, a z wiedzy, którą wówczas zdobył, uformował później swoją własną interpretację, którą nazwał Metodą[14].

Działalność Group Theatre i przetworzenie koncepcji Stanisławskiego na gruncie amerykańskiego teatru i filmu

W 1931 roku trójka młodych entuzjastów teatru – Lee Strasberg, Harold Clurman (1901–1980) i Cheryl Crawford (1902–1986) – zainspirowanych artystycznymi dokonaniami rosyjskiego zespołu Stanisławskiego założyła Group Theatre. To właśnie ten legendarny kolektyw jest odpowiedzialny za przetworzenie technik prezentacji scenicznej w ów szczególny styl, do dzisiaj charakterystyczny dla amerykańskiej szkoły aktorstwa. Z Group Theatre związani byli między innymi Elia Kazan (1909–2003), amerykański reżyser filmowy i teatralny, a także Stella Adler, Sanford Meisner i Robert Lewis (1909–1997). Stali się oni flagowymi popularyzatorami nowego stylu aktorstwa, który niebawem miał stać się modny nie tylko w Stanach Zjednoczonych. Grupa tworzyła stały zespół aktorski zjednoczony metodą pracy opartą na Systemie. W ich koncepcji sztuka miała obrazować ludzkie losy, postawy i sprawy, dlatego wystawiano spektakle dotyczące życia i współczesnych problemów społeczeństwa amerykańskiego. Radykalnie odmienne interpretacje Systemu doprowadziły jednak do konfliktu między członkami ugrupowania. W konsekwencji w 1941 roku Group Theatre ostatecznie się rozpadła[15].

Głównymi stronami sporu byli Stella Adler i Lee Strasberg, którzy biegunowo odmiennie odczytywali teorię Stanisławskiego. Adler kładła szczególny nacisk na akcję dramatu, okoliczności zdarzeń scenicznych i wyobraźnię aktora kierowaną fabułą a nie – jak chciał Strasberg – na odczucia dotyczące przeżyć aktora płynących z jego własnego życia, które miały ukształtować kreację sceniczną. W 1934 roku Adler wybrała się do Paryża, by przez pięć tygodni zgłębiać sztukę aktorską pod kierunkiem samego Stanisławskiego. Po powrocie do Nowego Jorku w obecności członków Group

12 Por. R.H. Darvas, *A Comparative Study of Robert Lewis, Lee Strasberg, Stella Adler and Sanford Meisner in the Context of Current Research About the Stanislavsky System*, Michigan 2010, s. 9.

13 Strasberg podzielił pamięć afektywną na pamięć zmysłów oraz pamięć emocji. Por. L. Strasberg, op. cit., ss. 112–113.

14 Jej założenia opisał po latach w książce *A Dream of Passion*: *The Development of the Method* opublikowanej w 1987.

15 Por. R.H. Darvas, op. cit., s. 16.

Theatre ogłosiła, że Strasberg zniekształca System Mistrza. W późniejszych latach, aby potwierdzić swoją przewagę nad kolegą po fachu, powoływała się na fakt, że jako jedyna amerykańska aktorka studiowała bezpośrednio pod kierunkiem rosyjskiego pedagoga[16]. Czterdzieści osiem lat po rozłamie, w dniu śmierci Strasberga, Adler wypowiedziała znamienne słowa: „Minie sto lat, zanim teatr amerykański odzyska siły po szkodach, które wyrządził mu ten człowiek"[17], dając jasno do zrozumienia, że jej opinia o Metodzie Strasberga nie uległa zmianie.

W 1947 roku, sześć lat po rozpadzie Group Theatre, byli członkowie zespołu – Elia Kazan, Cheryl Crawford i Robert Lewis – założyli w Nowym Jorku Actors Studio: placówkę, której celem było nauczanie sztuki aktorskiej[18]. W 1948 roku Strasberg został zaproszony do kierowania Actors Studio[19], a w 1951 roku mianowano go dyrektorem artystycznym, którym pozostał do swojej śmierci w 1982 roku. To właśnie w tej instytucji w latach pięćdziesiątych System Stanisławskiego został przekształcony w słynną amerykańską Metodę. Strasberg wykształcił w Actors Studio dwa pokolenia aktorów, a lista osób, które studiowały pod jego opieką, jest imponująca. Należeli do nich między innymi Paul Newman (1925–2008), Anne Bancroft (1931–2005), Montgomery Clift (1920–1966), Marilyn Monroe (1926–1962), Julie Harris (1925–2013) czy Eli Wallach (1915–2014), których zalicza się do reprezentantów pierwszego pokolenia Metody, a także Al Pacino, Jane Fonda i Dustin Hoffman, którzy stali się czołowymi przedstawicielami *Method Acting* w dobie Nowego Hollywoodu.

Pod koniec dekady, w 1949 roku, Adler założyła w Nowym Jorku własną szkołę nazwaną Stella Adler Theatre Studio (później nazwę zmieniono na Stella Adler Conservatory of Acting, a ostatecznie na Stella Adler Studio of Acting[20]), gdzie głosiła filozofię aktorstwa stojącą w opozycji od tej, którą wyznawał Lee Strasberg, jej rywal na polu pedagogicznym. W 1951 roku dzięki filmowej roli Stanleya Kowalskiego w *Tramwaju zwanym pożądaniem* (reż. Elia Kazan) Marlon Brando (1924–2004), najsławniejszy wychowanek Stelli Adler, zaistniał w głównym nurcie kina hollywoodzkiego. Adler została wyróżniona razem z nim, zyskując wysoką pozycję wśród najbardziej liczących

16 Por. S. Levy, *De Niro*, tłum. R. Madejski, Warszawa 2016, s. 70.

17 „It will take 100 years for the American theatre to recover from the damage that man has caused" – F. Hirsch, *Birth of the Method: The Revolution in American Acting* [on-line:] https://www.bfi.org.uk/news-opinion/sight-sound-magazine/features/deep-focus/birth-method-revolution-american-acting[02.04.2019],przekład filologiczny własny – K. K.

18 Nowojorskie Actors Studio początkowo nie prowadziło ani oficjalnej szkoły, ani związanego z nią teatru. Na jego działalność składały się warsztaty dla czynnych już zawodowo aktorów, które miały poprawić ich technikę.

19 Pierwotnie Lewis i Kazan byli zgodni co do tego, że nie chcą w Studio Strasberga, ponieważ obawiali się jego fiksacji na punkcie pamięci emocjonalnej. Jednak w 1948 roku Lewis opuścił Studio po kłótni z Kazanem, który z wieloma obawami zatrudnił Strasberga. Por. R. H. Darvas, op. cit., ss. 16–17.

20 Por. ibidem, s. 19.

się pedagogów nowego stylu, który zaczynał dominować grę aktorską w Stanach Zjednoczonych. Wśród jej studentów znaleźli się potem Anthony Quinn (1915–2001), Judy Garland (1922–1969) oraz Warren Beaty (1937–), Robert De Niro i Harvey Keitel należący do drugiego pokolenia *Method Actors*. Obecnie Adler postrzegana jest jako jedna z osób mających najsilniejszy wpływ na styl współczesnego aktorstwa filmowego.

„To publiczność stwarza gwiazdy. Ja szkolę aktorów"[21]. Metoda i aktorstwo filmowe

Nowojorskie Actors Studio oraz szkoły Stelli Adler i Sanforda Meisnera zyskały rozgłos na całym świecie, stając się ziemią obiecaną młodego pokolenia aktorów szukających *spiritus movens*. Choć we wspomnianych instytucjach początkowo uczono aktorskiego rzemiosła z myślą o występach scenicznych, wykorzystując do ćwiczeń teksty amerykańskich dramaturgów[22], to wypracowane techniki okazały się skuteczne także w pracy aktora przed kamerą. Aktorzy zaliczani do pierwszego pokolenia zainspirowanego *Method Acting*, reprezentowani przez Marlona Brando, Montgomery'ego Clifta czy Jamesa Deana (1931–1955)[23], testowali awangardowy w owym czasie sposób gry głównie w filmach autorskich i produkcjach niezależnych realizowanych na Wschodnim Wybrzeżu, z dala od wielkich, hollywoodzkich wytwórni, na przykład w filmach związanego z Actors Studio Elii Kazana[24]: *Tramwaju zwanym pożądaniem* (1951), *Na nabrzeżach* (1954), *Na wschód od Edenu* (1955) czy *Dzikiej rzece* (1960).

Artyści, którzy wówczas podjęli próbę redefinicji otaczającego ich świata, rozumieli, że istotnym warunkiem tego nowego rozpoznania jest zmiana statusu aktora filmowego. Aby pozbyć się poczucia braku realności, który dominował w gatunkowym, eskapistycznym kinie hollywoodzkim, należało odrzucić system gwiazd na rzecz innowacyjnego sposobu pokazywania postaci ekranowych, opartego na odmiennym sposobie kreacji.

---

21 Słowa wypowiedziane przez Lee Strasberga, cyt. za: E. Uniejewska, op. cit.

22 Szczególnym powodzeniem cieszyły się sztuki Tennessee Williamsa i Arthura Millera.

23 Clift, Brando i Dean byli łączeni z popularnym Actors Studio, choć w rzeczywistości żaden z nich nie uczęszczał na zajęcia regularnie. Brando wiele razy powtarzał, że jego mentorką była Stella Adler, a nie Strasberg. Niemniej praca tych aktorów była naznaczona kinetyczną projekcją życia wewnętrznego, które dla Strasberga ucieleśniało prawdę o aktorstwie. Por. F Hirsch, op. cit.

24 Kazan obsadzał utalentowanych absolwentów Actors Studio w swoich filmach oraz dramatach, które wystawiał na nowojorskich scenach. Z czasem przejął funkcję producenta swoich filmów, dzięki czemu miał możliwość decydowania o ich montażu i ostatecznym kształcie. W latach 40. i 50. stał się jednym z głównych przedstawicieli tendencji realistycznych w kinie amerykańskim, m.in. wprowadzając do filmów nowy typ aktorstwa. Por. M. Radkiewicz, *Elia Kazan. Na wschód od… Hollywood* [w:] *Mistrzowie kina amerykańskiego. Klasycy*, red. Ł. Plesnar, R. Syska, Kraków 2006, s. 324.

Większość amerykańskich ról w okresie klasycznego Hollywoodu było naznaczonych piętnem gwiazdorstwa[25]. Aktor kreowany na gwiazdę nie musiał błyszczeć kunsztem swego rzemiosła, więc nie wymagano od niego talentu. Ważniejsze od znajomości aktorskiej techniki były uroda i indywidualność artysty, którym podporządkowywano cały jego ekranowy wizerunek. Od gwiazdy oczekiwano, że będzie odtwarzała cały czas tę samą postać, przenoszoną z filmu na film. Przykładowo Marilyn Monroe zawsze występowała w rolach zmysłowych blondynek o przeciętnej inteligencji, dla których mężczyźni tracili głowę. Tymczasem aktorzy spod znaku Metody drobiazgowo analizowali motywy postępowania granych przez siebie postaci i konstruowali je z niepowtarzalnych, specyficznych dla każdego bohatera elementów, które składać się miały na spójny, psychofizyczny portret człowieka, a nie charakteru czy typu, jak chciał *star system*.

Już w *Dziedziczce* (1949, reż. William Wyler) i *Miejscu pod słońcem* (1951, reż. George Stevens), kierujący się założeniami Metody Montgomery Clift zaproponował nieznany dotąd w kinie klasycznym rodzaj protagonisty: niejednoznacznego moralnie, rozedrganego emocjonalnie, wrażliwego, milczącego mężczyzny, którego trawią obsesje i poczucie winy. Jednak to filmowy występ Marlona Brando w *Tramwaju zwanym pożądaniem* uznaje się za moment przełomowy, otwierający nowy rozdział w historii amerykańskiego aktorstwa filmowego. Brando wprowadził do kina nowy typ męskości – oparty na mieszance zmysłowości i brutalności – dla którego znalazł równie nowatorską formę aktorskiej ekspresji. Jego umiejętności mimetyczne pozwalały odgrywać postaci bardziej realne, intensywne i wierne życiu, niż dotąd widziane na ekranie[26]. Swobodny język ciała aktora oraz sposób wypowiadania dialogów – z długimi pauzami, celowymi potknięciami językowymi, mamrotanymi powtórzeniami – stanowiły całkowite przeciwieństwo ówczesnych „teatralnych" standardów, polegających na wyraźnym deklamowaniu kwestii przed kamerą. Krytycy filmowi prześcigali się w komplementach pod adresem zaledwie dwudziestosiedmioletniego aktora, a widzowie przeczuwali, że są uprzywilejowanymi świadkami zmiany reprezentacji ludzkich zachowań w filmie[27].

---

25 Określenie „gwiazda filmowa" upowszechniło się w latach dwudziestych XX wieku, kiedy Hollywood stanowiło ośrodek światowego kina, a produkowane tam filmy dostarczały widzom sposobu na ucieczkę od codziennych kłopotów. Olśniewające gwiazdy filmowe nie były autentyczne, stanowiły jedynie zlepek cech, które publiczność kinowa chciała oglądać. Zanikanie granic między osobowością aktora a jego wizerunkiem publicznym wykorzystywano w celach reklamowych, dlatego życie prywatne gwiazdy tworzyło się na użytek jej mitu. Por. Z. Pitera, *Dzieje gwiazdy*, Warszawa 1976, s. 10.

26 Brando zagrał Kowalskiego najpierw w 1947 roku w spektaklu na Broadwayu, również reżyserowanym przez Eliego Kazana.

27 *Method Acting* w przeważającej mierze nadawało się do opowieści o zagrożonej męskości, w których pod maską bohatera w typie macho protagonista krył psychiczne udręki. Amerykańscy badacze za archetypiczny przykład uznają rolę Brando w *Na nabrzeżach,* kolejnym filmie zrealizowanym wspólnie

Rozpoczęty w latach pięćdziesiątych proces odnowy techniki aktorskiej był konsekwencją większego procesu rozwojowego sztuki filmowej, inspirowanego przez kino autorskie. Przemiany w obrębie hollywoodzkiego przemysłu filmowego w następnych dekadach odesłały do lamusa ekranowe egzaltacje kina klasycznego, a *Method Acting* stało się głównym aktorskim trendem w okresie Nowego Hollywood. Amerykańscy badacze uznali ten czas za okres szczytowych osiągnięć aktorstwa Metody, a kreacje drugiego pokolenia *Method Actors/Actresses*, natchnionych dokonaniami słynnych poprzedników, są postrzegane jako wzorcowe wcielenie postulatów *Method Acting* i stanowią punkt odniesienia dla współczesnych praktyków i teoretyków Metody.

Swobodni jeźdźcy i wściekłe byki[28]. Nowe Hollywood (1967–1980)

Stwierdzenie, że późne lata sześćdziesiąte i kolejna dekada to okres radykalnych zmian zachodzących w amerykańskim przemyśle filmowym, które doprowadziły ostatecznie do zmierzchu klasycznego Hollywoodu[29], jest obecne w każdej relacji dotyczącej postklasycznej historii kina hollywoodzkiego. Według badacza Davida Cooka skalę oddziaływania owych przeobrażeń w branży filmowej można porównać jedynie z przełomem, jakim w 1926 roku stało się wprowadzenie do filmu dźwięku[30]. Następstwem owych transformacji były narodziny nowego kina amerykańskiego. Okres ten nazwano Nowym Hollywoodem; za jego początek powszechnie uznaje się rok 1967, natomiast koniec wyznacza rok 1980, naznaczony komercyjnymi porażkami *Czasu Apokalipsy* (1979, reż. Francis Ford Coppola), *Wściekłego byka* (1980, reż. Martin Scorsese) i *Wrót niebios* (1980, reż. Michael Cimino), filmów najważniejszych reżyserów tego okresu[31].

Jak podaje Geoff King w *New Hollywood Cinema. An Introduction*, przyczyny rewolucyjnej reorganizacji przemysłu filmowego były liczne[32]. Recesja sprawiła, że

z Kazanem, za którą aktor został uhonorowany Oscarem w kategorii najlepszego aktora pierwszoplanowego. Por. V. Wright Vexman, *Masculinity in Crisis. Method Acting in Hollywood* [w:] *Movie Acting, Film Reader,* red. P. Robertson Wojcik, New York 2004, s. 132.

28 Taki tytuł nosi książka Petera Biskinda poświęcona omawianemu okresowi: P. Biskind, *Easy Riders, Raging Bulls. How the Sex-Drugs-and-Rock 'N Roll Generation Saved Hollywood*, New York 1998.

29 Terminem „klasyczne Hollywood" przyjęło się określać filmy amerykańskie, które powstawały od drugiej połowy lat 20. XX wieku (od momentu wprowadzenia do kina dźwięku) do końca lat 50., kiedy to zaczęły pojawiać się pierwsze filmy przełomu nowofalowego. Kino klasyczne było oparte na stabilnych wzorcach fabularnych i systemie gwiazd, unikało eksperymentów narracyjnych, manifestowało konserwatywną ideologię, proponowało eskapizm. Por. R. Syska, *Wstęp* [w:] *Historia kina. Tom II. Kino klasyczne*, red. T. Lubelski, I. Sowińska, R. Syska, Kraków 2011, s. 15.

30 Por. D. Cook, *Lost Illusions. American Cinema in the Shadow of Watergate and Vietnam, 1970–1979*, Berkeley–Los Angeles, CA 2002, s.1.

31 Por. J. Kendrick, *Hollywood Bloodshed. Violence in 1980s American Cinema*, Carbondale, IL 2009, ss. 17–18.

32 Por. G. King, *New Hollywood Cinema. An Introduction*, New York 2002, ss. 1–2.

główne wytwórnie filmowe znalazły się w trudnej sytuacji finansowej, co uczyniło je podatnymi na przejęcie przez międzynarodowe spółki biznesowe. W 1967 roku zniesiono Kodeks Produkcyjny[33], który przez ponad trzydzieści lat blokował wszelkie „niemoralne" – zdaniem cenzorów – wątki w filmach produkowanych w USA, i zastąpiono go Motion Picture Association of America, które klasyfikowało filmy ze względu na wiek widzów[34]. Masowy spadek sprzedaży biletów i komercyjne porażki wcześniej dobrze przyjmowanych gatunków filmowych (szczególnie musicalu i westernu) były konsekwencją zmieniających się gustów nowej publiczności urodzonej po II wojnie światowej. Młodzi ludzie nie szukali w kinie jedynie eskapistycznej rozrywki dostarczanej przez amerykańskie kino gatunków[35], ale reprezentacji aktualnych w USA tematów dotyczących na przykład rewolucji seksualnej, wzrostu przestępczości czy wojny w Wietnamie – zjawisk, które bezpośrednio oddziaływały na fabularną zawartość filmów tamtego okresu.

Na tle ekonomicznego i obyczajowego zawirowania w branży filmowej wyrosła nowa generacja filmowców, którzy zasadniczo różnili się od swoich poprzedników z okresu klasycznego Hollywoodu. Przełom lat sześćdziesiątych i siedemdziesiątych zdominowała niepokorna twórczość pokolenia nazwanego *Movie Brats*[36], „młodych gniewnych" filmowców reprezentowanych między innymi przez Martina Scorsesego (1942–), Francisa Forda Coppolę (1939–), Briana De Palmę (1940–), Stevena Spielberga (1946–) i George'a Lucasa (1944–)[37]. Zamiast mozolnie przechodzić przez kolejne szczeble systemu studyjnego, większość *Movie Brats* ukończyła szkoły filmowe. Opanowali nie tylko warsztat reżyserski i techniki produkcyjne, ale także historię i estetykę

33 Kodeks Produkcyjny, zwany Kodeksem Haysa, został spisany w latach trzydziestych XX wieku i precyzyjnie określał, co wolno, a czego nie należy pokazywać w filmach produkowanych i dystrybuowanych w Stanach Zjednoczonych. Najbardziej obszerne partie Kodeksu dotyczyły przemocy. Nazwa pochodzi od nazwiska Williama Haysa, amerykańskiego polityka i dyrektora generalnego poczty, któremu powierzono stworzenie kodeksu. Por. Ł. A. Plesnar, *Hollywood: pod znakiem Wielkiego Kryzysu* [w:] *Historia kina*, t. 2: *Kino klasyczne*, red. T. Lubelski, I. Sowińska, R. Syska, Kraków 2011, ss. 76–77.

34 Por. M. Lesiak, R. Syska, *Renesans Hollywoodu: kino amerykańskie lat siedemdziesiątych* [w:] *Historia kina*, t. 3: *Kino nowofalowe*, red. T. Lubelski, I. Sowińska, R. Syska, Kraków 2015, ss. 883–884.

35 Termin ten został sformułowany przez Charlesa F. Altmana. Przyjął on, że amerykański przemysł filmowy jest formą rozrywki, która jest nieproduktywną, kontrkulturową aktywnością wyrażającą te wartości i potrzeby, które stłumiła dominująca ideologia. Kino gatunków jest więc sposobem ucieczki od rzeczywistości i realizacją zasady przyjemności. Altman wymienił siedem cech gatunków filmowych: dualizm, powtarzalność, kumulacyjność, przewidywalność, nostalgiczność, symboliczność i funkcjonalność. Por. C. F. Altman, *W stronę teorii gatunku filmowego*, tłum. A. Helman, „Kino" 1987, nr 6, ss. 18–22.

36 W Polsce można spotkać się z dosłownym tłumaczeniem, jakim są „filmowe bachory". Por. D. Bordwell, K. Thompson, *Film Art. Sztuka Filmowa. Wprowadzenie*, tłum. B. Rosińska, Warszawa 2010, s. 549.

37 Por. P. Biskind, op. cit., s. 19.

kina[38]. Podobnie jak francuscy krytycy z „Cahiers du Cinéma"[39] spędzali czas na dyskutowaniu i analizowaniu filmów. Wzrastali w przekonaniu, że prawdziwym autorem filmowym jest reżyser, który odwołuje się do hollywoodzkiego kina gatunków, kreatywnie je reinterpretując. Jednocześnie każdy z nich w odmienny sposób wykorzystywał potencjał kina europejskiego[40]. Romantyczna idea autora filmowego promowana przez francuskich krytyków została spopularyzowana w USA przez Andrew Sarrisa w *Uwagach o teorii autora w 1962 roku*[41]. W okresie Nowego Hollywoodu szczególnie mocno łączono ją z postacią reżysera-wizjonera. Dominujące narracje historyczne przypisują więc reżyserowi filmowemu większość decyzji kreatywnych, tym samym zmniejszając artystyczny wkład aktorów tego okresu w dzieła realizowane z najważniejszymi twórcami epoki[42], którzy swoją pracę z aktorami nowego pokolenia oparli w dużej mierze na partnerskiej współpracy. Jak zauważają Rafał Syska i Michał Lesiak, lata siedemdziesiąte „stały się łabędzim śpiewem modernistycznego kina autorów"[43].

Zniesienie Kodeksu Haysa sprawiło, że reżyserzy mogli eksploatować w swych filmach różne formy brutalności i wulgarności z niedopuszczalną wcześniej otwartością, łącząc je z odważnymi analizami społecznymi i psychologicznymi. Poetyka przemocy była elementem konstytutywnym dla twórczości wielu reżyserów Nowego Hollywoodu, a sposób postrzegania filmowego okrucieństwa stał się podstawowym elementem odróżniającym ich od mistrzów epoki klasycznej[44].

Idzie nowe. Pokoleniowa zmiana aktorów amerykańskich

Mniej więcej od 1967 roku światowy rynek aktorski uległ gruntownej przemianie. Odrzucenie przez awangardę artystyczną prymatu kina iluzji, reprezentowanego przez kino gatunków, wywołało spadek zapotrzebowania na gwiazdy filmowe[45]. Odtąd w cenie zaczęła być aktorska osobowość. Choć warunki zewnętrzne aktora

38 *Movie Brats* byli w zasadzie pierwszym pokoleniem amerykańskich reżyserów wykształconych profesjonalnie. Por. G. King, op. cit., s. 88.

39 Francuscy krytycy z redakcji miesięcznika „Cahiers du Cinéma" wypromowali pod koniec lat 50. tzw. politykę autorską, zgodnie z którą film miał eksponować indywidualny, rozpoznawalny styl reżysera. Por. ibidem, s. 86.

40 Przede wszystkim włoskiego neorealizmu i francuskiej nowej fali.

41 Por. A. Sarris, *Uwagi o teorii autora w 1962 roku*, tłum., T. Rutkowska, „Kwartalnik Filmowy" 2007, nr 59, ss. 6–17.

42 Takimi jak Martin Scorsese, Francis Ford Coppola, Brian De Palma, Robert Altman, Sidney Lumet, Hal Ashby czy Michael Cimino.

43 M. Lesiak, R. Syska, op. cit., s. 889.

44 Por. J. Kendrick, op. cit., ss. 24–25.

45 Teorie gwiazdorskie lansowane pod koniec lat siedemdziesiątych XX wieku przez Richarda Dyera (np. w rozprawie *Stars*, 1979) skutecznie usunęły kwestię indywidualnego kunsztu aktora, koncentrując się na interpretacjach gwiazdorskich wizerunków funkcjonujących w masowej świadomości widzów.

nadal się liczyły, to były one istotne tylko na tyle, na ile potrafiły pomóc mu w ujawnieniu psychiki granej postaci. Nowe, odważne tematy podejmowane w filmach przez młodych reżyserów, wymagały równie nowych twarzy i profesjonalnych aktorów wykształconych pod okiem Strasberga, Adler, Meisnera oraz innych zwolenników psychologicznego podejścia do aktorstwa, które wówczas było u szczytu popularności.

Starą gwardię amantów i pierwszych naiwnych, nader atrakcyjnych fizycznie gwiazd i gwiazdorów kina klasycznego, takich jak Gregory Peck (1916–2003), Marilyn Monroe, John Wayne (1907–1979), Audrey Hepburn (1929–1993), Cary Grant (1904–1986) czy Elizabeth Taylor (1932–2011), stopniowo zastępowało nowe pokolenie aktorów o niekonwencjonalnej urodzie i często zauważalnych mniejszościowych korzeniach etnicznych, dla których psychofizyczna prawda granej postaci była celem nadrzędnym. Realizacja filmu, stwarzając nową wartość estetyczną, jaką był nieosiągalny do tej pory dla kina amerykańskiego stopień autentyzmu, łączyła się odtąd nierozłącznie z twórczym współuczestnictwem aktorów. Ci ostatni czuli się zobowiązani do szczerości i uczuciowej prawdy, a praca na planie filmowym stawała się dla nich głębokim psychicznym wyzwaniem.

Richard Colin Tait postuluje, by za najważniejszą aktorską ikonę lat siedemdziesiątych sygnującą okres Nowego Hollywoodu zdominowanego przez *Method Acting* uznać Roberta De Niro[46]. Filmowe kreacje De Niro, zwłaszcza w pierwszym dwudziestoleciu jego kariery, nieustannie redefiniowały granice aktorstwa filmowego, a niekiedy, jak w przypadku *Wściekłego byka*, zbliżały się do sztuki performansu[47]. Dyktowane wymogami roli cielesne metamorfozy aktora nazywanego „kameleonem"[48] stanowiły egzemplifikację skrajnego zastosowania psychofizycznej metody aktorstwa wyniesionej z konserwatorium mentorki Marlona Brando, Stelli Adler.

De Niro wyłonił się z nowego pokolenia aktorów debiutujących na ekranie na przełomie lat sześćdziesiątych i siedemdziesiątych, takich jak Dustin Hoffman, Al Pacino, Jack Nicholson (1937–), Gene Hackman (1930–), Elen Burstyn, Jane Fonda i Diane Keaton, zainspirowanych aktorskimi dokonaniami wcześniejszego pokolenia praktyków *Method Acting*. Jednocześnie w swej pracy nad rolą De Niro różnił się od rówieśników, koncentrując się raczej na zewnętrznych aspektach odgrywanych postaci. W tym kontekście był on ściślej związany z tradycyjnym Systemem Stanisławskiego nauczanym przez Adler niż z bardziej kontrowersyjnym wariantem popularyzowanym

46 Por. R. C. Tait, *Robert De Niro's Method: Acting, Authorship and Agency in the New Hollywood (1967–1980)*, Austin, TX 2013, s. 2.

47 W performansie artysta traktuje swoje ciało jako przedmiot i podmiot swoich czynności twórczych. De Niro, słynący z fizycznych transformacji dyktowanych wymogami roli, traktował swoje ciało w analogiczny sposób.

48 P. Bosworth, *The Shadow King*, „Vanity Fair" 1987, nr 10 [on-line:] https://www.vanityfair.com/news/1987/10/robert-de-niro-life-story [05.07.2018].

w Actors Studio, jakim była Metoda faworyzująca psychologiczne, a nie kontekstowe podejście[49]. W szczytowym okresie swojej kariery De Niro dał się poznać nie tylko jako aktor, którego gorliwe przygotowania do roli obrosły w legendę[50], ale także jako podmiot czynności twórczych, zaangażowany w niemal każdy etap produkcji filmu[51]. Wizerunki mafiosa Vita Corleone z drugiej części *Ojca chrzestnego* (1974, reż. Francis Ford Coppola), a także Michaela Vronsky'ego, amerykańskiego żołnierza w Wietnamie z Łowcy *jeleni* (1978, reż. Michael Cimino) czy autodestrukcyjnego boksera Jake'a La Motty we *Wściekłym byku* są dzisiaj stałą częścią dziedzictwa kultury amerykańskiej i uczyniły De Niro kluczową postacią w historii aktorstwa filmowego.

Podsumowanie

W tekście nakreśliłam historyczny kontekst rozwoju tak zwanego *Method Acting* na tle przemian zachodzących w amerykańskim aktorstwie i przemyśle filmowym. Swoje rozważania rozpoczęłam od zarysowania związku amerykańskiego stylu aktorstwa z koncepcjami rosyjskiego teoretyka, pedagoga i reżysera teatralnego Konstantyna Stanisławskiego, które złożyły się na System, czyli psychofizyczną regułę pracy z aktorami w teatrze. Następnie opisałam pedagogiczną działalność amerykańskich kontynuatorów myśli Stanisławskiego, między innymi Lee Strasberga i Stelli Adler, na gruncie teatru, a później filmu. Swoją uwagę skupiłam na dwóch momentach przełomowych w kontekście refleksji nad rozwojem stosowania Metody, które odmieniło aktorstwo filmowe i teatralne w USA, a następnie na całym świecie. Użyteczność opracowanych technik w pracy aktora przed kamerą zauważono w latach pięćdziesiątych. Postacią, której nazwisko powszechnie łączy się z wprowadzeniem Metody do filmu, był Marlon Brando, którego występ w *Tramwaju zwanym pożądaniem* zelektryzował ówczesną publiczność i krytyków, a także zachęcił młodych aktorów do podążania jego śladami. Brando oraz powiązani z Metodą Montgomery Clift i James Dean wypromowali w filmach z lat pięćdziesiątych podstawę tego, co nazwano

49 W Actors Studio De Niro był tylko obserwatorem i utrzymywał dystans wobec szkoły Strasberga, który jego zdaniem tworzył „kult osobowości". Wolał nauczanie techniki według Stelli Adler i Stanisławskiego. Por. R. C. Tait, op. cit., s. 5.

50 De Niro wiele czasu poświęcał na analizowanie motywów działań granych przez siebie postaci przy jednoczesnym podkreśleniu ich wyglądu zewnętrznego. Zagłębiał się w każdą rolę, prowadząc gorliwe przygotowania: studiował odpowiednie źródła, jeśli było to możliwe osobiście poznawał realia życia danej postaci, skracał dialogi, angażował się w przygotowanie rekwizytów i kostiumów. Por. S. Levy, op. cit., s. 22.

51 *Wściekły byk* był najważniejszym filmem De Niro, prezentując nie tylko jego niezwykłą kreację bohatera, ale także umiejętności w łączeniu różnych ról w produkcji filmu. Działania De Niro obejmowały m.in. znalezienie materiału źródłowego, prace nad scenariuszem, pozyskanie dla projektu reżysera Martina Scorsese oraz przygotowanie swoich rekwizytów i kostiumów. Ze zdaniem aktora liczono się także w momencie kompletowania obsady. Por. R. C. Tait, op. cit., s. 237.

amerykańskim stylem aktorstwa, stając się idolami i wzorami do naśladowania dla kolejnych pokoleń aktorów. Ich wpływ na młode pokolenie dostrzegany jest w osiągnięciach aktorów debiutujących na ekranie w czasach Nowego Hollywoodu.

Wtedy też Metoda przeżywała swój rozkwit. Przyczyniły się do tego przemiany amerykańskiego przemysłu filmowego, które zreinterpretowały funkcję aktora w procesie realizacji filmu oraz jego sposobu pracy nad rolą, dając mu większą swobodę twórczą. Za postać emblematyczną dla omawianego okresu nowego kina amerykańskiego uznałam Roberta De Niro, którego role, naznaczone twórczą intensywnością, stanowiły idealną egzemplifikację postulatów modnego wówczas *Method Acting*. De Niro sztuki aktorskiej uczył się pod okiem mentorki Brando, Stelli Adler, i zaistniał jako jeden z najgorliwszych praktyków nowego sposobu gry aktorskiej.

Bibliografia

Altman C. F., *W stronę teorii gatunku filmowego*, tłum. A. Helman, „Kino" 1987, nr 6.

Biskind P., *Easy Riders, Raging Bulls. How the Sex-Drugs-and-Rock 'N Roll Generation Saved Hollywood*, New York, NY 1998.

Bordwell D., Thompson K., *Film Art. Sztuka Filmowa. Wprowadzenie*, tłum. B. Rosińska, Warszawa 2010.

Bosworth P., *The Shadow King*, „Vanity Fair" 1987, nr 10 [on-line:] https://www.vanityfair.com/news/1987/10/robert-de-niro-life-story [05.07.2018].

Cook D., *Lost Illusions. American Cinema in the Shadow of Watergate and Vietnam, 1970–1979*, Berkeley–Los Angeles, CA 2002.

Darvas R. H., *A Comparative Study of Robert Lewis, Lee Strasberg, Stella Adler and Sanford Meisner in the Context of Current Research About the Stanislavsky System*, Michigan 2010.

Hirsch F. *Birth of the Method: The Revolution in American Acting* [on-line:] https://www.bfi.org.uk/news-opinion/sight-sound-magazine/features/deep-focus/birth--method-revolution-american-acting [2.04.2019].

Kendrick J., *Hollywood Bloodshed. Violence in 1980s American Cinema*, Carbondale, IL 2009.

King G., *New Hollywood Cinema. An Introduction*, New York, NY 2002.

Lesiak M., Syska R., *Renesans Hollywoodu: kino amerykańskie lat siedemdziesiątych* [w:] *Historia kina*, t. 3: *Kino nowofalowe*, red. T. Lubelski, I. Sowińska, R. Syska, Kraków 2015.

Levy S., *De Niro*, tłum. R. Madejski, Warszawa 2016.

Pitera Z., *Dzieje gwiazdy*, Warszawa 1976.

Plesnar Ł. A., *Hollywood: pod znakiem Wielkiego Kryzysu* [w:] *Historia kina*, t. 2: *Kino klasyczne*, red. T. Lubelski, I. Sowińska, R. Syska, Kraków 2011.

Radkiewicz M., *Elia Kazan. Na wschód od… Hollywood* [w:] *Mistrzowie kina amerykańskiego. Klasycy*, red. Ł. A. Plesnar, R. Syska, Kraków 2006.

Sarris A., *Uwagi o teorii autora w 1962 roku,* tłum. T. Rutkowska, „Kwartalnik Filmowy" 2007, nr 59.

Stanisławski K., *Praca aktora nad sobą. Część pierwsza. Praca aktora nad sobą w twórczym procesie przeżywania*, tłum. A. Męczyński, Warszawa 1953.

Syska R., *Wstęp* [w:] *Historia kina. Tom II. Kino klasyczne*, red. T. Lubelski, I. Sowińska, R. Syska, Kraków 2011.

Strasberg L., *A Dream of Passion*: *The Development of the Method*, Boston 1988.

Tait R. C., *Robert De Niro's Method: Acting, Authorship and Agency in the New Hollywood (1967–1980)*, Austin, TX 2013.

Uniejewska E., *Amerykańska Metoda*, „Teatr" 2017, nr 3 [on-line:] http://www.teatr--pismo.pl/ludzie/1682/amerykanska_metoda/ [04.10.2019].

Wojnicka J., *Kino Rosji Carskiej i Związku Sowieckiego* [w:] *Historia kina*, t. 1: *Kino nieme*, red. T. Lubelski, I. Sowińska, R. Syska, Kraków 2010.
Wright Vexman V., *Masculinity in Crisis. Method Acting in Hollywood* [w:] *Movie Acting, Film Reader*, ed. P. Robertson Wojcik, New York, NY 2004.

Streszczenie

Celem pracy jest opisanie *Method Acting*, nowoczesnego systemu szkolenia aktorów w Stanach Zjednoczonych, który stał się modny w okresie tzw. Nowego Hollywoodu (1967–1980). Zaproponowane pod koniec lat czterdziestych XX wieku wizje aktorstwa dążącego do kreowania postaci zgodnie z założeniami realizmu psychologicznego zapoczątkowały w USA rewolucję, która w pełni mogła urzeczywistnić się dopiero w latach siedemdziesiątych. Zanegowano wówczas pojmowaną dotąd tradycyjnie funkcję aktora w procesie powstawania filmu jako biernego wykonawcy woli reżysera. Coraz większej wagi nabierał zawodowy warsztat aktora i jego komplementarna obecność autorska zaznaczana na różnych etapach realizacji filmu. Ekranem zawładnęli aktorzy i aktorki Metody, a sam styl rozpowszechnił się nie tylko w USA, ale i na całym świecie.

Summary

Fashion for the Method. The Method Acting in the Classic Hollywood Cinema and in the New Hollywood Period

The subject of the article is the analysis of theoretical ideas and the practical application of the so-called Method Acting, a modern system of actor training in the United States, which dominated the way of film acting during the period called New Hollywood (1967–1980). The new visions of acting were introduced at the end of the 1940s and fully materialized in the 1970s. Until then, the actor's role in the whole process of making the film was understood as that of a passive performer of the will of the director. The actor's professional workshop and his complementary author's presence were clearly becoming more and more important. The movie screen was dominated by the individualities, so-called Method actors and actresses and the style itself spread not only in the US but throughout the world.

Katarzyna Szmigiero

Reveal Yourself, Reinvent Yourself – Make-up Trends and Their Implications

University of Jan Kochanowski, Kielce

Though fashion and design of everyday objects attract the attention of scholars, make-up is seldom perceived as a legitimate field of academic inquiry. There might be several reasons to explain this phenomenon. First of all, as Virginia Woolf rightly observed in *A Room of One's Own* (1929), the subjects that are seen as worthy of investigation are usually the ones appealing to men, such as sports or warfare.

> Yet it is the masculine values that prevail. Speaking crudely, football and sport are 'important'; the worship of fashion, the buying of clothes 'trivial'. And these values are inevitably transferred from life to fiction. This is an important book, the critic assumes, because it deals with war. This is an insignificant book because it deals with the feelings of women in a drawing-room. A scene in a battle-field is more important than a scene in a shop — everywhere and much more subtly the difference of value persists[1].

Shopping, childrearing, and self-adornment are viewed as trivial feminine pursuits. Undoubtedly, feminist research over the last few decades brought to light all aspects of herstory – from forgotten women writers, explorers, and scientists to analysis of daily lives of ordinary women throughout ages. The fact remains, however, that most books on the history of cosmetics, unless written from chemical, industrial, or business perspectives, are published by relatively small presses, not the renowned ones affiliated with the universities.[2] Next, cosmetics are perishable goods – they do not

1 Woolf, Virginia. *A Room of One's Own* and *Three Guineas*. Oxford: OUP, 2000, p. 96.

2 It is sufficient to compare the publishers of the books on the history of make-up in bibliography with, let's say, a list of publications issued by Wiley (*Introduction to Cosmetic Formulation and Technology*, *Cosmeceuticals and Cosmetic Practice*, *Colloids in Cosmetics and Personal Care*, *Cosmetic Dermatology: Products and Procedures*), Routledge (*The Regulation of Cosmetic Procedures*, *Cosmetic Formulation*, *Cosmetic Claims*

preserve well over the years. So, unlike clothes or jewellery, they cannot be displayed on museum shelves. Most women throw away empty powder boxes, dried mascara tubes, or old lipsticks, even if their containers are visually appealing. Scholars can learn about past beauty rituals from pictures, recipes for home-made blushes, or empty jars, like ancient Egyptian kohl containers. Though late 19th century baked rouges by Bourjois or Maybelline cake mascara boxes survived, they hold only a tiny percentage of their original charm.

Nevertheless, make-up production is one of the biggest industries in the world. Great fashion houses make more money selling accessories, perfume, skincare and colour cosmetics than clothes. As Christopher Breward notes, "increasingly, it is the sale of cosmetics and accessories to global market that generates profits for leading fashion houses rather than core activities of couture and clothing design."[3] Little wonder, as few women can afford a Chanel handbag or a Dior outfit – yet they can have their little share in the luxury goods market pampering themselves to a Chanel lipstick or Dior foundation, which are heavily advertised products carrying "all the associations of glamour … representing the identity of the company."[4] Curiously enough, in times of economic recession, people tend to economise on clothes, but the sale of cosmetics is on the rise.[5] The choice of colour also matters since women use cosmetics to boost their morale and increase self-confidence. In times of economic depression or political insecurity, vibrant lipsticks are bestsellers, to counterbalance the omnipresent low mood, while more subdued colours dominate in times of prosperity. This rule, first observed during the Great Depression, was dubbed the Lipstick Index by Leonard Lauder, Estèe's son and chairman of the company, in 2001.[6]

Furthermore, make-up trends and cultural perception of make-up are as intriguing as the history of great creators of *haute couture*. The aim of this article is to analyse the latest crazes in the world of make-up – new products, new inspirations found in Asian beauty regimes, new "cult" brands, novel make-up techniques, and new aspects of the face subjected to scrupulous alterations. They reveal much about the contemporary condition of women in the Western world and the changing beauty canons.

Substantiation, *Special Make-Up Effects*), Springer (*Formulas, Ingredients and Production of Cosmetics*, *Chemistry and Technology of the Cosmetics and Toiletries Industry*), OUP (*Polymers for Personal Care and Cosmetics*). They all focus on scientific and professional uses of personal care products. Occasionally, they may look at the legal aspects of cosmetic industry or professional uses of make-up in theatre and film.

3 Breward, Christopher. *Fashion*. Oxford History of Art series. Oxford: OUP, 2003, p. 112.

4 Ibidem.

5 See: Brandon, Ruth. *Wstydliwa historia piękna. Jak Helena Rubinstein i L'Oréal stworzyli kobietę*. Trans. A. Borowiec. Warszawa: Agora, 2012, p. 39.

6 See: Stewart, Susan. *Painted Faces. A Colourful History of Cosmetics*. Stroud: Amberley, 2017, p. 271.

"No make-up" make-up

The purpose of make-up has been, first and foremost, to enhance the appearance of the wearers according to beauty canons of the culture in which they lived. Susan Stewart notes that "cosmetics were just as likely to be worn as visible markers of social status or religious expression, of gender, wealth, health and wellbeing: that is to say, the meaning of make-up went well beyond mere decoration."[7] Irrespective of the motivation, the purpose of applying make-up was to make it noticeable. A made-up face has announced a harlot since the Middle Ages.[8] In the 17th and 18th centuries, a whitened faced, rouged cheeks and artificial moles signaled aristocratic background, wealth, and a slightly relaxed attitude to conventional sexual morality.[9] Later on, make-up was an attribute of an actress and a courtesan; in many cases, these two categories overlapped. A bright red lipstick during a feminist march in New York signified that demanding equal social and political rights did not entail giving up pride in one's femininity.[10]

It was the Victorians who frowned at evident use of any cosmetics that were not directly involved in personal hygiene. A modest woman's beauty was to spring from her virtue. Clear complexion and bright eye were the results of pure conscience while indulgence in dietary transgressions – not to mention the unspeakable vice of masturbation – left their ugly traces on the faces of sinners.[11] Little wonder women tried to hide any imperfections in a subtle way so that the onlookers would not notice they tampered with nature in any way. Home-made face lotions were to remove freckles and whiten the face, powders to matte the skin, blush to give it a fresh, rosy glow, and newly-patented Vaseline to provide lips with gloss and brows with discipline. These all were used in secret. First industrial production of make-up supplied actors and actresses with stage-worn cosmetics. Ludwig Leichner dominated the market as a producer of theatrical greasepaint. He and his followers would never have dreamt of selling their products to ordinary women as, to the best of their knowledge, respectable women did not use them. Furthermore, these were professional, heavy-duty goods unsuitable for wearing off-stage. Still,

> well-known actresses including Lillie Langtry and Sarah Bernhardt endorsed specific brands of make-up for everyday use by women in general. Lillie Langtry promoted the 'harmless' Pears

7 Ibidem, p. 7.
8 See: ibidem, p. 144.
9 See: ibidem, pp. 127–161.
10 See: Brandon, Ruth, op. cit., p. 32.
11 See: Brumberg, J. J. *The Body Project. An Intimate History of American Girls.* New York: Vintage Books, 1997, p. 62 and Marsh, Madeleine. *Compacts and Cosmetics. Beauty from Victoria Times to the Present Day*. Barnsley: Pen and Sword Books, 2009, p. 21.

> Soap (which was and is indeed harmless) while Sarah Bernhardt advertised an equally benign product with the fancy French name *la Diaphne Poudre De Riz*; this was, in effect, rice powder.[12]

These were not coloured cosmetics as such, but rather gentle hygienic products. Initially, since cosmetics were seen as morally dubious products, women who sold them were often crooks, like the notorious Madame Rachel, who ended up tried for fraud and imprisoned.[13] Madame Recamier's business was more successful than her infamous predecessor's, yet its founder, whose real name was Harriet Hubbard Ayer, herself suffered from mental health issues and turbulent family life.[14] First cosmetic empires were created by women, such as emigrants of humble backgrounds and modest education – Helena Rubinstein and Elizabeth Arden. Male competitors joined them later, some, like Max Factor, coming from the film industry. He started selling his products, initially designed for Hollywood, as late as the 1920s.[15] After the First World War, due to the growing emancipation of women and their financial advancement as well as the popularity of the movies, the acceptance of women openly wearing even very conspicuous make-up, grew enormously. However, in the 1930s, even future cosmetic giants, such as L'Oréal, opposed the usage of make-up and creams. Eugène Schueller advocated soap and hair dyes (which he produced), combined with diet and physical exercise as key factors in the preservation of youth.[16]

During World War II and the conservative fifties, women were told looking beautiful is their patriotic duty. Elizabeth Arden launched her Montezuma Red lipstick and used a heavily made up female soldier in the advertisement to promote it as the product, designed to be used with a matching nail-polish and blush, was produced as "a make-up kit for the American Marine Corps Women's reserve."[17] Extravagant lips of Western women were not only to increase the morale of the army but also to remind the fighting men they were protecting the traditional, conservative values of the capitalist world in which women are precious ornaments. Both Nazi Germany and Communists looked down upon bourgeois frivolities such as perfume and cosmetics.

That is why, looking at the history of cultural implications of coloured cosmetics, one may wonder about the emergence of the "no make-up" make-up trend. Fashions

12 Stewart, Susan., op. cit., p. 206.

13 See: ibidem., pp. 223–225.

14 See: Fitoussi, Michéle. *Helena Rubinstein. Kobieta, która wymyśliła piękno.* Trans. Krystyna Sławińska. Warszawa: Warszawskie Wydawnictwo Literackie Muza SA, 2010, pp. 135–137.

15 See: Brandon, Ruth., op. cit., p. 18.

16 See: ibidem., p. 67.

17 Woodhead, Lindy. *War Paint. Elizabeth Arden and Helena Rubinstein. Their Lives, their Times, their Rivalry.* London: Virago, 2012, p. 287.

change quite radically, and we may be sure that if for a few seasons glittery lip glosses were in vogue, the tide will turn in favour of matte lipsticks in burgundy.

Nude make-up should not be confused with wearing no make-up at all. Quite the contrary, it takes a lot of skill and time, as well as quite a few products, to look "nude." It seems that the reasoning behind marketing this trend was the belief that visible make-up is somehow vulgar and inappropriate is some situations. Simultaneously, however, wearing none would not be fitting either as most women benefit from having some form of camouflage. The hidden message here is quite sinister. You are to look natural as if you had no make-up, but you cannot fail to apply a few layers of foundation, concealer, loose powder, bronzer, highlighter and blush, not to mention eyeshadows and mascara – but do it in such a way a male onlooker will not realise you have them on. Such thinking is dangerously close to Victorian attitude to beauty.

A close reading of Chanel Les Beiges leaflets and advertising campaigns reveals the omnipresence of the words "natural" and "healthy," which may be initially surprising as, commonsensically, there is hardly anything natural in applying make-up and one's physical wellbeing is also unaffected by it. If, according to the leaflet, the product is "An invisible foundation that creates a natural healthy glow by giving skin the radiance of a day spent outdoors, while protecting it from harsh environmental conditions,"[18] simply taking a brisk walk in a park may be a healthier and more natural alternative to spending nearly fifty euros on a product that only offers a simulacrum of a rested skin. Les Beiges lip gloss is to "revive natural lip colour"[19] as if it fainted and needed a breath of life. Make-up is being presented only as a frame to compliment the inherent attractiveness, as "radiance comes from within."[20] The fact it needs a highlighter to shine through is not mentioned. Chanel targets the Les Beiges series at women who do not want to appear made-up at all, yet whose complexion, due to unrealistic cultural expectations, is not fit to be shown unadorned. Simultaneously, however, it suggests that there is something shameful, or even morally questionable, about wearing make-up.

It must be stressed that nude make-up might appeal to women who find it more consistent with their personalities or career choices than more gaudy looks. Indeed, few women want to look tawdry. The criticism here is not addressed at the "no make-up" make-up appearance at all, but at the hypocritical and misogynist messages behind

18 Les Beiges foundation, Chanel, product description. [on-line:] https://www.chanel.com/en_GB/fragrance-beauty/makeup/p/complexion/healthy-glow-makeup/les-beiges-healthy-glow-foundation--spf-25--pa-p184210.html#skuid-0184210 [20.01.2019].

19 Les Beiges lip gloss, Chanel, product description. [on-line:] https://mobile.chanel.com/en_MY/fragrance-beauty/makeup/p/lips/lip-care/les-beiges-healthy-glow-lip-balm-p186870.html#skuid-0186870 [20.01.2019].

20 Les Beiges line description, Chanel. [on-line:] https://mobile.chanel.com/en_WW/fragrance-beauty/makeup/c/les-beiges.html [20.01.2019].

it. Instead of encouraging women to wear on their faces anything they fancy (or not to wear anything at all), cultural dictates tell them they need to pretend they are not using any make-up at all since being made up is cheap and provocative – yet an unmade-up woman is undesirable. This twisted thinking resembles the attitude to other spheres of women's lives. Activities seen as traditional female duties, such as cleaning, cooking, or childrearing, go unnoticed and unappreciated when they are performed efficiently. Household chores are noticed when women fail to undertake them. Likewise, an un-made-up woman stands out and risks being criticised for letting herself go, while one with nude make-up is accepted for being "natural," "simple," "pure," "unaffectatious." While wearing make-up may be perceived as cheating, wearing it and pretending the artful decoration does not exist adds the insult of fraudulence to the already existing injury.

Ancient and modern satires and comedies often ridiculed old and ugly women (since old was synonymous with ugly) and criticised their use of cosmetics to disguise the signs of aging.[21] The catch-22 is impossible to avoid here as both wearing and not wearing make-up is frowned upon while ordinary signs of time passing by are both medicalised and demonised as aesthetic flaws.

New brands

There is hardly any other business in which new brands mushroom – and wither – so spectacularly as the beauty industry.[22] The oldest brands are hardly over one hundred years old and they include the veterans of the business: Helena Rubinstein, Elizabeth Arden, Max Factor, L'Oréal, Estee Lauder, Revlon. When the social acceptance of make-up grew, many fashion houses developed their own beauty lines to accompany their perfume products. It is true about the older companies, such as Christian Dior or Chanel, but also new designers sell make-up. Marc Jacobs, Armani, Burberry, Tom Ford, Gucci, Calvin Klein all decided to include a range of coloured cosmetics in their offer. These brands focus more on the associations with the label and packaging consistent with brand image than quality or originality. Still, they have their loyal customers.

There are, however, a few brands that have reached cult status. Curiously enough, they have been started not by fashion designers but make-up artists, more interested in the longevity and application ease. These companies include Smashbox, Nars, Laura Mercier, Mac, Anastasia Beverly Hills, Kat von D, Huda Beauty, Too Faced, Bobbi Brown, and Urban Decay. They have been embraced by a younger generation

21 See, for instance Juvenal's *Satire Six*, Alexander Pope *The Rape of the Lock*, Jonathan Swift *The Progress of Beauty* and *The Lady's Dressing Room*.

22 Ketabchi, Natasha, "Looks that Thrill – Inside the Booming Beauty Industry." [on-line:] https://www.toptal.com/finance/growth-strategy/beauty-industry [22.12.2019].

of women for whom such issues as lack of conformity to current beauty standards, being environmentally friendly, ethically sourced, and not tested on animals are essential. These brands also have a unique character and ethos, frequently embodied by the founder and original owner of the brand, for instance, the tattoo artist Kat von D or Huda Kattan, an Iraqui-American beauty blogger based in Dubai.

A brief presentation of two of the above-mentioned brands should be sufficient to capture the phenomenon. On the surface, Bobbi Brown and Urban Decay are very different brands in terms of their approach to understanding beauty. Bobbi Brown was started by a professional make-up artist who gave her name to the company. She was interested in empowering women by making them look better and, as a result, feeling more confident. She favours subdued colours, especially beiges, gentle pinks and browns, which makes her cosmetics suitable for nearly all skin tones. Many of her products have a creamy texture, including rouges and eyeshadows, which makes them easy to apply and enhances their popularity. Bobbi Brown authored several books on make-up, sharing her tricks of the trade with her customers. Her webpage features many video tutorials showing how to use each product. Finally, her models are women of all ages and ethnicities, as Brown insists all women can feel attractive.

Urban Decay entered the market with a memorable slogan: "Does pink make you puke?"[23] The company targeted the women who did not like being turned into pretty dolls but who wanted to wear yellow eyeshadow, violet lipstick and green nail varnish. While most brands insisted that good quality make-up brushes have to be natural and synthetic means must be cheap, Urban Decay, following the example of Anita Roddick's Body Shop, opted for cruelty-free tools producing excellent quality elegant brushes, which could be easily washed. They convinced many women that squirrels and goats do not need to be harmed to produce a good brush. For the company, the aim of make-up is to enhance one's self-expression and conventional understanding of beauty is irrelevant – quite the contrary, the name of the brand and its products were "a deliberate attempt to avoid the fluffy and feminine associations of make-up."[24] Still, Urban Decay products are designed in such a way that one can create any kind of look with them – conventional and avant-garde alike. The company launched several matching shades of eyeshadows in metal cases resembling toolboxes, which was not the typical look for a beauty product, as well as single eyeshadows in boxes resembling New York subway tokens.[25]

23 Dyhouse, Carol. *Glamour. Women, History, Feminism*. London: Zed Books, 2011, p. 182.

24 Marsh, Madeleine. *Compacts and Cosmetics. Beauty from Victorian Times to the Present Day*. Barnsley: Pen and Sword Books, 2009, p. 220.

25 See: ibidem., p. 219.

Despite these apparent differences, these two companies have a lot in common. Both were started in the 1990s when standards of beauty became slowly more inclusive. Both were tailored to the needs of a particular segment of the market: Bobbi Brown targeted ordinary, even conventional, women, not very confident about their make-up skills and not interested in fashion, and Urban Decay aimed at rebellious women willing to experiment with their looks and lives. Both companies started as small, independent ventures to become world-known brands. Although they were initially critical of the canonical approach to beauty, which they found oppressive, they were purchased by the cosmetic giants – Bobbi Brown by Estee Lauder, Urban Decay by L'Oréal. The niche has become the mainstream.

SoKo glam

If one thinks of the relationship between cosmetics and their countries of origin, France has traditionally been seen as the maker of the best fashion goods. It is probably caused by the fact that first commercially manufactured cosmetics were sold in France and imported across Europe as early as the 18th century.[26] Guerlain, one of the most prestigious perfume brands, was established by Pierre Francois Pascal Guerlain in Paris in 1828, initially as a custom fragrance house designing perfume for selected clients, including royal families throughout Europe. The company "manufactured the first commercially produced lipstick made of grapefruit butter and wax with a hint of natural colour."[27] Bourjois, a Parisian company that in 1863 started producing foundation sticks and baked pot blushers for stage actors yet soon widened its clientele to ordinary women, remains one of the oldest make-up companies still active in the beauty business.[28] Contemporary luxury brands such as Dior, Chanel, Givenchy, Guerlain, Lancôme, YSL and Sisley have undoubtedly contributed to the assumption that the world capital of fashion, style and beauty is located in Paris. France can also boast the world's most famous pharmacy brands: Vichy, La Roche Posay, Caudalie, Nuxe and Bioderma. Last but not least, it is home to the cosmetic giant L'Oréal, which, in fact, owns many of the brands mentioned above as well as many others. The father of *haute couture*, Charles Fredrick Worth, though English by birth, became famous because of his work for the French royalty and the first fashion house established in mid-19th century. However, as Stephen Gundle claims, "the association with Paris was […] more important than the connection with court."[29] The first

26 See: Stewart, Susan., op. cit., p. 164.

27 Ibidem., p. 216.

28 See: „About us" page on Bourjois' website. [on-line:] https://www.bourjois.com/uk/about-us [2.02.2019].

29 Gundle, Stephen. *Glamour. A History*. Oxford: OUP, 2009, p. 85.

fashion magazine, American *Vogue*, contained a section on Parisian novelties as its most prominent feature[30]. In the late 19th century,

> Parisian associations were employed to confer values of fashionableness, wordliness, and desirability on both women and goods. As the world's most dynamic and alluring capital and a city that had made luxury production a key hallmark, Paris offered a variety of attractions […]. The very richest regularly visited Paris and did their shopping there. In New York fashionable dressmakers and hairdressers affected French names and manners in the knowledge that this would appeal to the vanity and aspirations of their clients and enable them to charge more.[31]

Many American brands are also praised for their quality and customer-oriented policy. They are known for offering so-called free gifts and bonus times, when a customer making a purchase of chosen products or spending a fixed amount of money receives a collection of miniatures and samples, often in a cosmetic bag. It greatly increases customers' loyalty. Nevertheless, over the last few years, the world has gone crazy over South Korean beauty products. This phenomenon is known as K-beauty or So-Ko glam, after the webpage and online shop run by Charlotte Cho, the author of the bestseller *The Little Book of Skin Care. Korean Beauty Secrets for Healthy, Glowing Skin* (2015). Though Korea has never possessed the associations with luxury products, it is now famous for its advanced technology. It produces good quality vehicles (Kia, Daewoo, Hyundai) and electronics goods (Samsung, LG). For a younger generation, it may give the country sufficient credentials to become a cosmetic giant.

The reasons for the sudden popularity of Korean beauty products can be partly explained by the fact that people often believe foreign methods of doing something are better than their own. Fascination with oriental fashion, Eastern spirituality, Ayurvedic medicine, or exotic cuisine could act as a case in point. Asian women, due to many genetic and lifestyle factors, quite often do indeed age gracefully and no wonder that in the globalised world many people realised selling Asian beauty products could be profitable. Finally, Asian beauty products often include unusual ingredients, the most famous of which is probably snail slime, or more elegantly, snail secretion filtrate. In fact, the interest in exotic ingredients and products is as old as the beauty business itself. Since in Europe and the USA, most cosmetics were homemade till the 19th century, anything imported must have been rare, expensive and viewed as precious and effective. Familiarity breeds contempt, as the popular saying goes, so the more unusual ingredients, foreign origin and exorbitant price, the better.

Each culture has its beauty canon, and in Korea and Japan pale, radiant skin has always been praised. Though the same can be claimed about Western standards,

30 See: ibidem., p. 118

31 See: ibidem., p. 120.

in Europe and the US women always wanted their skin to look matte as any shine or lustre had associations with greasiness. In the East, however, the skin was to glow. The Korean word choc-choc refers to this characteristic appearance.[32] That is why many Korean cosmetics leave the slightly pearly film and have an oily or watery texture.

Korean beauty is believed to be an effect of a regular skincare routine, which for many sounds more like a military regime. Double washing (with oil and soap), double or even triple moisturising (essence, serum and cream), frequent exfoliation, and use of face masks is more important than make-up. In fact, the only make-up products that are regularly used by Korean women are multi-purpose tinted moisturisers (BB or CC creams), sometimes in the form of a cushion soaked with fluid. This complex ritual requires products previously unknown in the West, such as oil-based soaps, sheet masks, overnight masks also known as sleeping masks, and the above mentioned multi-purpose creams combining hydration, colour and sun-screen.

Products from Asia often differ from their Western counterparts in terms of packaging. European women want their cosmetics to look glamorous and be packaged accordingly. Since antiquity

> elaborate containers [have been] visible and tangible signs of the wealth and status of their owner. Expensive jars and bottles might also be taken as an indication of the nature or the quality of the product they contained […]. Luxury products came in quality bottles or boxes with elaborate labels.[33]

Fragrances stored in Baccarat or Lalique crystal glasses are still regarded as works of art. One of Helena Rubinstein's compact boxes was designed by Salvador Dali, Sisley, a French luxury brand, whose founders had Polish aristocratic roots, have employed Bronisław Krzysztof, a renowned Polish sculptor, to work on their perfume bottles. Korean brand, It's Skin, has, however, issued a limited edition of their creams in collaboration with Sesame Street so that one could buy a serum with a Big Bird, Elmo or Cookie Monster mascot. The contrast here needs no elaboration. Some Korean and Japanese cosmetics are often very childish-looking. Pink jars, cute cartoons, animal prints, funny names seem incongruous with sex-appeal and adult, glamourous, femininity. However, individuals with a sense of humour who do not like the conspicuous snobbery of some Western lines may well find Korean creams with unicorns or pussycats enchanting.

Many non-Asian brands, including very prestigious ones, like Dior or Estee Lauder, copy these trends. They do it either to capture and increase their sales in Asia but also to keep Western markets. Some women in Europe might be tempted

32 See: Charlotte Cho. *Sekrety urody Koreanek. Elementarz pielęgnacji*. Trans. Joanna Dziubińska. Kraków: Znak: Litera nova, 2016, pp. 77–93.

33 Stewart, Susan., op. cit., p. 169.

to try new products yet want to stay loyal to their usual brand, which they trust more than the girly ones– after all, most mature women would probably not want to keep a cream with infantile cartoon chickens or piglets on their dressing table. For instance, Dior and Lancôme launched cushion foundations and nearly all brands have sheet masks – a product virtually unheard of a decade ago. Finally, Western products inspired by Asian rituals do not contain controversially named ingredients.

With few exceptions, the cosmetic industry, especially make-up products, is aimed at women. Curiously enough, the Korean beauty business is also aimed at men who are encouraged to use tinted creams and lip gloss on top of a more traditional array of skincare products.[34] Though it is mainly young urban males who follow these trends, it is a tendency that might expand in the future as restrictive gender norms tend to become passé in most developed societies.

Korean cosmetics, in all likelihood, do not make wonders they promise. However, the rituals inspired by them enforce regular cleansing, exfoliation, moisturising and sun protection, all crucial to keeping skin healthy. For some, the famous ten steps suggested by Korean skincare may indeed be more efficient than the more haphazard skincare advice offered by Western brands as they impose a strict routine, which is simultaneously easy to follow. Moreover, all Korean products complement each other even if the user mixes different brands, not necessarily of Asian origin. These factors may well explain why so many people have become fascinated with them worldwide.

Brow matters

Kevyn Aucoin, a celebrity make-up artist and author of bestselling beauty books, admits to his obsession with eyebrows.[35] It is a cliché that eyebrows are an important part of the face, the shape, colour, and density of which affect the whole impression onlookers have of a woman's appearance and even her character. Thick, bushy brows suggest aggression and malice, while thin or rare ones make the face look insipid. Individuals having a unibrow are currently seen as unkept and backward though it was a desirable trait in some cultures – for example, in Tajikistan. The shape of a perfect brow has differed throughout cultures and historical periods. For that reason, women have tweezed, dyed, pained and even bleached their natural brows to come closer to the current ideal.

34 See: Asher, Saira. *Male make-up: Korean men have started a beauty revolution*. [on-line:] https://www.bbc.com/news/av/world-asia-42869170/male-make-up-korean-men-have-started-a-beauty-revolution [18.02.2019].

35 See: Aucoin, Kevyn. *Making Faces*. New York: Little, Brown and Company, 1999, p. 47.

Few people realise that the obsession with brows is far from new. In the 18th century

> The juice of elderberries or burnt powder made from cork or cloves was used to draw in and accentuate one's brows. Fake brows were readily on sale and purchased by both men and women. These could be added to one's natural brows and glued on with mastic gum to hold them in place.[36]

To make the matter worse, these were often made from mouse hair.

"Thinning out and redesigning eyebrows" was a necessary procedure, apart from dieting, teeth correction, and even plastic surgery, in the early days of the Hollywood star system.[37] Aspiring film-stars often went through a complete make-over before they appeared in films. Ultra-thin painted brows were Marlene Dietrich's and Greta Garbo's trademarks, which popularised the use of eyebrow pencils immensely. Stars such as Elizabeth Taylor, Audrey Hepburn, or Diana Ross achieved what Aucoin calls "a signature look" by changing the shape of their brows.[38]

Achieving a perfect brow is far from easy. There are tutorials instructing women where a brow should start, arch, and end. One can buy a brow design kit by means of which one can pluck the superfluous hairs and paint the missing ones. Most brands have an impressive selection of brow make-up: shadows, coloured waxes, brow mascaras and pencils. Some brands, most notably Benefit, specialise in brow products and offer brow styling in brow-bars, miniature beauty parlours located in shopping malls and department stores.

Since there is always one dominant shape of a brow, which is fashionable, women adjust their natural eyebrows to fit the dominant model, often to disastrous ends. First of all, plucked hairs may not always grow back, so excessive grooming may make one look dated when the fashion for thin, arched brows is gone. Second, the beauty canon does not fit all the faces and since facial movements correspond to the natural brow, not the painted one, one may indeed look ridiculous as the artificial brow movements are not congruous with the rest of the face.

Conclusions

Make-up is much more than an adornment. It is a deliberate fashion and identity statement, frequently signalling to the knowledgeable onlookers the wearers' social status, wealth, attitude to gender roles, environmental and political issues.

36 Stewart, Susan., op. cit., pp. 175–6.

37 See: Gundle, Stephen., op. cit., p. 180.

38 See: Aucoin, Kevyn., op. cit., p. 47.

> Cosmetics in the latter twenty years of the twentieth century managed to combine individualism with belonging; one could express oneself through make-up as well as indicate allegiance to a particular social group linked by a taste in music, fashion and ideology.[39]

Make-up can "deceive, delight, and bewitch," empower and make one feel confident.[40] Studying make-up is thus as legitimate as studying fashion and any other form of artistic expression, be it visual arts or literature. The trends, fads, and tendencies in the beauty industry are thus a trustworthy indicator of the status of women, expression of social values as well as attitudes to gender roles and personal liberty. The assumption that nude make-up is superior to other forms of decorating one's face can be suspected of being a veiled backlash against feminism. Fascination with new brands, especially of Asian origin, suggests the Western world's insatiable thirst for novelty. It also redefines sex-appeal and attractiveness in a different manner. Thus, make-up, while hiding our blemishes, reveals our inner values and assumptions about the world.

39 Stewart, Susan. op. cit., pp. 263–64.

40 See: Gundle, Stephen. op. cit., p. 4.

Bibliography

Asher, Saira. *Male make-up: Korean men have started a beauty revolution*. [on-line:] https://www.bbc.com/news/av/world-asia-42869170/male-make-up-korean-men-have-started-a-beauty-revolution [18.02.2019].

Aucoin, Kevyn. *Making Faces*. New York: Little, Brown and Company, 1999.

Brandon. Ruth. *Wstydliwa historia piękna. Jak Helena Rubinstein i L'Oréal stworzyli kobietę*. Trans. Aneta Borowiec. Warszawa: Agora, 2012.

Breward, Christopher. *Fashion*. Oxford History of Art series. Oxford: OUP, 2003.

Brumberg, J. J. *The Body Project. An Intimate History of American Girls*, New York: Vintage Books, 1997.

Cho, Charlotte. *Sekrety urody Koreanek. Elementarz pielęgnacji*. Trans. Joanna Dziubińska. Kraków: Znak. Litera nova, 2016.

Dyhouse, Carol. *Glamour. Women, History, Feminism*. London: Zed Books, 2011.

Fitoussi, Michéle. *Helena Rubinstein. Kobieta, która wymyśliła piękno.* Trans. Krystyna Sławińska. Warszawa: Warszawskie Wydawnictwo Literackie Muza SA, 2010.

Gundle, Stephen. *Glamour. A History*. Oxford: OUP, 2009.

Marsh, Madeleine. *Compacts and Cosmetics. Beauty from Victorian Times to the Present Day*. Barnsley: Pen and Sword Books, 2009.

Ketabchi Natasha, "Looks that Thrill – Inside the Booming Beauty Industry" [on-line:] https://www.toptal.com/finance/growth-strategy/beauty-industry [22.12.2019]

Stewart, Susan. *Painted Faces. A Colourful History of Cosmetics*. Stroud: Amberley, 2017.

Woodhead, Lindy. *War Paint. Elizabeth Arden and Helena Rubinstein. Their Lives, their Times, their Rivalry.* London: Virago, 2012.

Woolf, Virginia. *A Room of One's Own* and *Three Guineas*. Oxford: OUP, 2000.

„About us" page on Bourjois' website. [on-line:] https://www.bourjois.com/uk/about-us [2.02.2019].Chanel website. [on-line:] www.chanel.com [20.01.2019].

Summary

The study of make-up trends can serve as a useful tool to analyse society's values and assumptions, especially about gender roles. The aim of this article is to look at the recent fashions in the beauty industry and their cultural implications.

Maska

magazyn antropologiczno-społeczno-kulturowy

Magazyn antropologiczno-społeczno-kulturowy „Maska" (numer ISSN: 1898-5947) to czasopismo naukowe powstałe przy Katedrze Porównawczych Studiów Cywilizacji UJ, które zrzesza studentów oraz doktorantów szeroko rozumianych nauk kulturowych i społecznych, m.in. antropologii, socjologii, filozofii i orientalistyki.

„Maska" ukazuje się co trzy miesiące w formie papierowej oraz elektronicznej. Artykuły przyjmowane do czasopisma muszą być powiązane z tematem numeru (podanym każdorazowo z kilkumiesięcznym wyprzedzeniem) i opatrzone recenzją pracownika naukowego ze stopniem co najmniej doktora. O zamieszczeniu artykułów w czasopiśmie zawsze decyduje redakcja na podstawie niezależnych recenzji.

Wszystkie teksty i materiały ilustracyjne (jeśli nie podano inaczej) udostępniane są w trybie otwartym z zachowaniem praw autorskich w użyciu niekomercyjnym.

Zachęcamy do nadsyłania artykułów do kolejnych numerów „Maski". Szczegóły dotyczące naboru znajdują się na stronie internetowej.

strona internetowa: **www.maska.psc.uj.edu.pl**
e-mail: **redakcja.maska@gmail.com**

Wydawca:

KATEDRA PORÓWNAWCZYCH STUDIÓW CYWILIZACJI
UNIWERSYTETU JAGIELLOŃSKIEGO

Publikacja finansowana przez:

RADA KÓŁ NAUKOWYCH
UNIWERSYTETU JAGIELLOŃSKIEGO