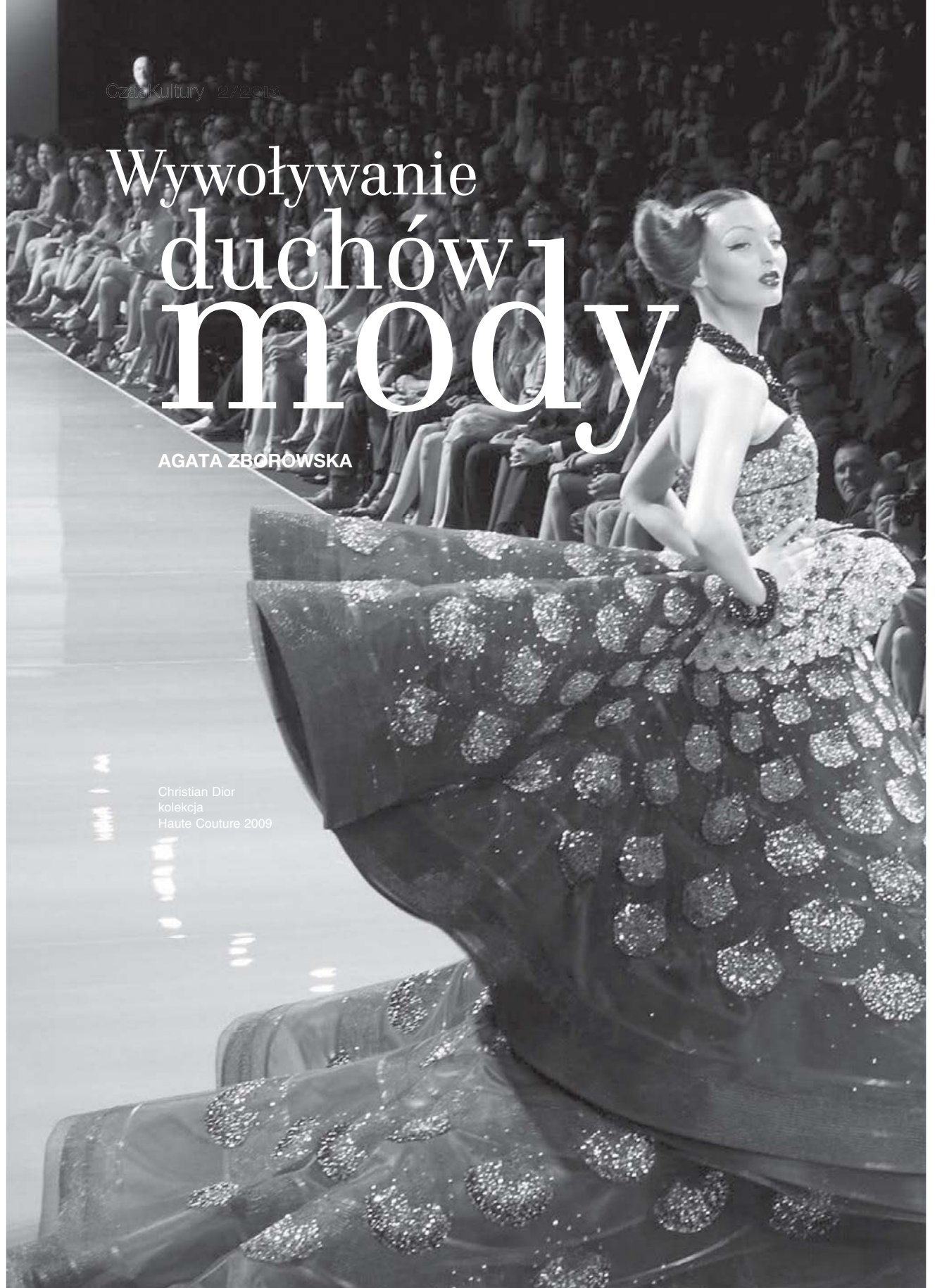


Czas Kultury 2/2013

# Wywoływanie duchów mody

AGATA ZBOROWSKA

Christian Dior  
kolekcja  
Haute Couture 2009



„Fashion works erratically through its method of quotation. It willfully cites any style from the past in a novel incarnation or present rendition. Clothing types may be retained, yet their appearance is renewed by using past elements. Fashion thus constitutes an aesthetic rewriting of history”.

Ulrich Lehmann,  
**Tigersprung: Fashioning History**<sup>1</sup>

W 1919 roku na łamach czasopisma „American Anthropologist” ukazał się pierwszy z dwóch artykułów amerykańskiego antropologa Alfreda Kroebera poświęcony zmianom w kulturze na przykładzie mody. Już w pierwszych zdaniach tekstu *On the principle of order in civilisation as exemplified by changes in fashion* Kroeber formułuje założenie, zgodnie z którym „większość zjawisk społecznych można pokazać za pomocą podobnych i zasadniczo prostych wykresów”<sup>2</sup>. Autor natrafia jednak na podstawowy problem: w jaki sposób badać zjawiska o nieuchwytnym charakterze, trudne do zmierzenia i wpisania w wykres? Zgodnie z założeniem, że podobne zmiany dotyczą właściwie każdego sfery życia, Kroeber odnajduje upragniony przedmiot badań w materialnych wytworach, charakteryzujących się względną stałością przede wszystkim pod względem fizycznym. Ubiór znaj-

duje w jego rozważaniach uprzywilejowane miejsce – publikowany w formie rycin, a następnie zdjęć w licznych, datowanych czasopismach, może stanowić podstawę badań opartych na wyliczeniach statystycznych. Kroeber za przedmiot badań obiera więc damską suknię i określa osiem podstawowych wymiarów, na przykład długość i szerokość spódnicy, wysokość talii, głębokość dekolty.

Intuicyjne rozpoznanie o swoistej niejednorodności czasu i przenikających go powrotach tego, co minione, w badaniu antropologa miało zostać uchwycone za pomocą badań ilościowych. Kroeber oparł je na materiale wizualnym obejmującym początkowo jedynie 75 lat (1844–1919), a następnie trzy stulecia (1787–1936)<sup>3</sup> – na pracach malarskich między innymi takich artystów, jak François Boucher, Jean Antoine Watteau, Diego Velazquez czy Anthony Van Dyck, oraz na rycinach i fotografiach zamieszczonych w takich czasopismach, jak „Vogue”, „Harper’s Bazaar” czy „Costume Royal”. Na tej podstawie wykreślił pełną długość fali zmian, która liczyć miała średnio 100 lat<sup>4</sup>.

Choć praca Kroebera z dzisiejszej perspektywy ma głównie wartość historyczną, to warto podkreślić, że jest to bodaj pierwsza tak szeroko zakrojona próba uchwycenia zjawiska mody – jej zmiennego charakteru i ciągłych powrotów do tego, co minione<sup>5</sup>. Jednak, jak zauważa Michael Carter w książce *Fashion Classics. From Carlyle to Barthes*, praca Kroebera, skupiając się na zmierzeniu najbardziej nieuchwytnych przemian kulturowych i znale-

<sup>1</sup> „Moda działa kapryśnie – metodą cytatów. Celowo przytacza minione style w nowoczesnym wcieleniu lub współczesnej interpretacji. Pewne typy ubiorów mogą już nie obowiązywać jednak ich krój jest unowocześniany poprzez użycie dawnych elementów. Tak moda stanowi estetyczne przepisywanie historii”. [przekł. red]; U. Lehmann, **Tigersprung: Fashioning History**, „Fashion Theory”, Volume 3, Issue 3, s. 301.

<sup>2</sup> A.L. Kroeber, **On the principle of order in civilisation as exemplified by changes in fashion**, [w:] „American Anthropologist”, New Series, Vol. 21, No. 3 (Jul. – Sep., 1919), s. 235. Kroeber parafrazuje słowa francuskiego psychologa i socjologa Gustave’a Le Bon z książki **The Psychology of Peoples**, London 1898, New York 1912, s. 12.

<sup>3</sup> Kroeber poszerza badania, a ich wyniki publikuje w swoim drugim artykule, napisanym wspólnie z Jane Richardson. Zob. J. Richardson, A.L. Kroeber, **Three centuries of women’s dress fashions: a quantitative analysis**, [w:] idem, **The Nature of Culture**, Chicago 1952, s. 358–373.

<sup>4</sup> Ibidem, s. 369.

<sup>5</sup> Późniejsze badania zob.: A. Brooks Young, **Recurring Cycles of Fashion: 1760-1937**, New York 1966 (1939).

zieniu zasad, według których funkcjonują, zupełnie pomija pytanie o przyczyny i znaczenie analizowanych zjawisk<sup>6</sup>. Nie zajmują go również codzienne praktyki związane ze sposobem noszenia ubrań przez kobiety i z uwagą mężczyzn, którą ubiór może przykuwać<sup>7</sup>.

Zarysowana w analizie Kroebera problematyka temporalności jest jednym z kluczowych aspektów mody, pozostającym w centrum zainteresowań wielu teoretyków, którzy z różnych perspektyw starali się uchwycić to zjawisko. Z jednej strony, kładąc nacisk na kategorię zmiany, rozumianą jako nieustanny ruch między sposobem ubierania się czy stylem ubioru różnych grup społecznych, z drugiej, na kategorię powrotu, związaną z ciągłym powtarzaniem się tego, co w modzie już było. Choć kategorie te w analizach nie zawsze się łączą, chciałabym pokazać, że dla zrozumienia omawianych procesów nie sposób mówić o nich oddzielnie.

Zagadnienie powtórzenia w modzie, w dwóch podstawowych ujęciach, powraca w większości tekstów teoretycznych traktujących o modzie i nie tylko. Jak wskazuje Ulrich Lehmann w książce *Tigersprung. Fashion in Modernity*, moda jako figura teoretyczna chętnie używana była zarówno w XIX, jak i w XX wieku do opisu przemian społeczno-historycznych w zupełnym oderwaniu od tematyki ubioru. Najpełniejszą tego egzemplifikacją jest, według Lehmana, zaproponowany przez Waltera Benjamina „tygrysi skok” (*Tigersprung*), który oddaje szczególnie charakter czasowości, obecny w sposób najpełniejszy właśnie w modzie:

„Historia jest przedmiotem konstrukcji, dla której właściwym miejscem nie jest czas pusty i homogeniczny, ale wypełniony przez terażniejszość. A więc dla Robespierre’a starożytny Rzym był przeszłością naładowaną czasem obecnym, którą on uwalniał, rozszarpiąc kontinuum historii. Rewolucja Francuska widziała siebie jako powracający Rzym. Przywoływała dawny Rzym dokładnie tak, jak moda przywołuje dawne ubiory. Moda ma zmysł odnajdowania tego, co aktualne, choćby tkwiło gdzieś w gęstwinie zaprzeczności. Jest ona tygrysim skokiem w przeszłość”<sup>8</sup>.

Walter Benjamin w rozważaniach o pojęciu historii sięga po modę, by wskazać na szczególne powiązanie przeszłości z terażniejszością, która jest ciągłą aktualizacją tego, co minione. W tej perspektywie dochodzi do przełamania tradycyjnie pojmowanej historii ubioru, opisywanej często w kategoriach przyczyny i skutku, jak również silnie obecnej w analizach po dziś dzień metafory mody jako lustra, w którym mają odbijać się najważniejsze przemiany społeczno-kulturowe. Skoki w przeszłość funkcjonują w modzie raczej w formie powracających cytatów, z których nie sposób zbudować ciągłej narracji<sup>9</sup>. Tygrysi skok pozwala modzie na susy nawet w najdalszą przeszłość i z powrotem, bez dłuższego

<sup>6</sup> W. Benjamin, *O pojęciu historii*, [w:] idem, *Anioł historii: eseje, szkice, fragmenty*, przekł. K. Krzemieniowa, Poznań 1996, s. 160.

<sup>7</sup> To zjawisko znalazło swój formalny wyraz w nieukończonych *Pasażach* Benjamina, w których m.in. właśnie poprzez modę autor opisuje XIX-wieczny Paryż (W. Benjamin, *Pasaże*, red. R. Tiedemann, przekł. I. Kania, posłowiem opatrzył Z. Bauman, Wydawnictwo Literackie, Kraków 2005). W tym monumentalnym projekcie Benjamin polemizuje oczywiście z XIX-wiecznym pojęciem postępu, w którym postuluje „filozofię dziejów przewyciężającą ją [tzn. ideologię postępu] w każdym kierunku” (s. 5). Jak zauważa Rolf Tiedemann we wstępie do polskiego wydania, tekst *O pojęciu historii* można traktować jako rodzaj preludium do *Pasaży*.

<sup>6</sup> M. Carter, *Alfred Kroeber and the Great Secular Wave*, [w:] idem, *Fashion Classics. From Carlyle to Barthes, Berg*, Oxford i Nowy Jork 2003, s. 95.

<sup>7</sup> Zob. J. Cray, *Zawieszenie percepcji. Uwaga, spektakl i kultura nowoczesna*, przekł. I. Kurz, Ł. Zaremba, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2009.

przystanku w jakiegokolwiek czasowej czy estetycznej konfiguracji.

Benjamin, wrywając modę z linearnej narracji i opisując jako zjawisko nieustannie przepisujące swoją historię, wprowadza kategorię mody w prawie niezmiennym kształcie do współczesnej refleksji nad ubiorem. Dynamiczny ruch między dwoma opisywanymi kategoriami jest konstytutywny również dla współczesnej analizy zmian w modzie. Ujęte w formie metafory fali materializują w pewnym sensie Kroeberowskie wyobrażenie o zmianach wpisanych w proste wykresy. Z jedną ważną różnicą. Podczas gdy Kroeber długość całej fali wykreślił mniej więcej na 100 lat, obecnie mówi się raczej o kilku nachodzących na siebie falach, które szczytują niemal pięciokrotnie częściej. W podobnym czasie mamy więc do czynienia z kilkoma powrotami z różnych okresów historii mody. Od obcisłych spodni rurek, poprzez szerokie dzwony, aż do spodni z obniżonym krokiem kończącym się w okolicy kolan.

W roku 2006 w Victoria & Albert Museum w Londynie odbyła się wystawa *Spectres: When Fashion Turns Back*. Próba uchwycenia często ukrytych związków współczesnych projektów ubrań z przeszłością została zaprezentowana i opisana jako zjawisko ciągłego powrotu widm. Kuratorka wystawy, Judith Clark, skupiła się na próbie odnalezienia „osobliwych rozpoznań i nieprzewidzianych związków, które są integralnymi elementami maszyny mody”<sup>10</sup>. W formę wystawy wpisana została szczególna pozycja widza jako detektywa, którego zadaniem było śledzenie kolejnych splotów teraźniejszości z przeszłością i kolejnych wariantów powrotu tego, co mi-

nione<sup>11</sup>. Próbę interpretacji zjawiska mody poprzez kategorię widma wprowadziła Caroline Evans w książce *Fashion at the Edge* między innymi do opisu projektów Johna Galliano, brytyjskiego projektanta mody, ówczesnie dyrektora artystycznego luksusowej marki Dior. Stale obecne w jego kolekcjach cytaty i odwołania do przeszłości – krynoliny, gorsety, szarawary i kimona – miały być również najlepszą ilustracją „tygrysięgo skoku” w dowolny moment przeszłości niezależnie od czasu i miejsca. Najczęstsze odwołania Galliano skupiają się na drugiej połowie XIX wieku, do której w swoich opisach zwracał się również Benjamin. Historia nawiedza kolekcje i pokazy jak widmo zawieszony między „życiem i nie-życiem, byciem i nie-byciem, w opozycji między tym, co obecne i nieobecne”<sup>12</sup>.

By wytłumaczyć widmową obecność przeszłości, Jean-Michel Rabaté we wstępie do książki *The Ghost of Modernity* odwołuje się do Zygmunta Freuda i jego koncepcji żałoby. We Freudowskim ujęciu mody, pisze Rabaté, powraca to, „co nie zostało przepracowane, dostosowane i umieszczenie w sobie poprzez żałobę: cień utraconego obiektu pada na podmiot”<sup>13</sup>. Freud obok żałoby związanej z żalem za dobrze znanym, lecz utraconym elementem, wymienia również melancholię – żal za czymś nieuchwytnym i niedookreślonym.

<sup>11</sup> Zob. wywiad z kuratorką Judith Clark na temat wystawy **Spectres: When Fashion Turns Back**: <http://www.vam.ac.uk/content/videos/a/video-an-interview-about-spectres-with-curator-judith-clark/> (dostęp: 20.04.2013).

<sup>12</sup> J. Derrida, **Spectres of Marx. The State of the Debt, The Work of Mourning and the New International**, translated from the French by Peggy Kamuf, Introduction by Bernard Magnus and Stephen Cullenberg, Nowy Jork, Londyn 1994, s. 12.

<sup>13</sup> W ten sposób autor analizuje modernizm, który mimo próby radykalnego odcięcia się historii zostaje nawiedzony przez widma przeszłości. J.M.Rabaté, **The Ghost of Modernity**, Gainesville 1996, s. xvi.

<sup>10</sup> Za: S. Reynolds, **Retromania. Pop Culture's Addiction to It's Own Past**, Nowy Jork 2011, s. 329.





Qi Gang, kolekcja haute couture 2007

Jak zauważa Maciej Chojnowski: „praca żałoby była, zdaniem ojca psychoanalizy, pożyteczna, z czasem przynosiła bowiem kojącą akceptację utraty. Melancholia przeciwnie: nie będąc skoncentrowana na jakimś konkretnym obiekcie, pozostaje de facto procesem nieskończonym”<sup>14</sup>. Kolejne powroty przeszłości w modzie zdają się mieć melancholijny charakter, przede wszystkim ze względu na brak jasno określonego obiektu, którego nieobecność trudno przepracować. Moda lokuje się w ten sposób w sferze niedokonanego – ciągłego powtórzenia, które nie ma jasnego kierunku ani celu.

Żal i tęsknota za tym, co utracone, i próba ciągłego do tego powrotu łączy w paradoksalny sposób kategorie zmiany i powtórzenia w modzie. Określane przez Georga Simmla jako podstawy ludzkiej egzystencji, realizują się w ciągłym konflikcie, ponieważ nie sposób znaleźć instytucje czy dziedziny życia, w których zaspokojone zostałyby obie – „każda w swoim zakresie próbuje połą-

czyć zainteresowanie trwaniem, jednością i podobieństwem z upodobaniem do zmiany, specjalizacji i osobliwości”<sup>15</sup>. Psychologiczna potrzeba naśladownictwa i zróżnicowania przenosi akcent z analizy mody za pomocą faktów uchwytnych zewnętrznie, której najlepszą ilustracją są badania Alfreda Kroebera, na rzeczywistość, którą Alicja Kuczyńska w książce *Wzory modne w życiu codziennym* określa jako wewnętrzną: „istniejącą lub tylko wyobrażoną czy w wyniku kolejnego powielania wzorów sprowadzoną jedynie do symboli”<sup>16</sup>. W ten sposób zwraca się uwagę na ludzi, którzy stoją za konkretnymi praktykami kulturowymi. Dopiero powiązanie tych dwóch sfer, wewnętrznej i zewnętrznej, pozwoli, zdaniem Kuczyńskiej, na wyjście poza często bagatelizujący opis zjawiska mody.

W 1994 roku w gazecie „The New York Times” brytyjska projektantka Vivienne Westwood określiła zjawisko ciągłych powrotów do przeszłości jako intuicyjne działanie, związane

<sup>14</sup> M. Chojnowski, **Pomiędzy melancholią a rozpoznaniem – problem biografii bohaterów Milana Kundery. Tożsamość wobec wartości w ujęciu narracyjnym**, „Tekstualia” 3/2005, s. 84.

<sup>15</sup> G. Simmel, **Filozofia mody**, [w:] S. Magala, **Simmel**, Warszawa 1980, s. 181.

<sup>16</sup> A. Kuczyńska, **Wzory modne w życiu codziennym**, Warszawa 1983, s. 27.

również do pewnego stopnia ze zjawiskiem nostalgii. Potrzeba różnicowania zaspokajana byłaby nie tyle dzięki nadejściu nowego, ile raczej swoistemu przetworzeniu przeszłości, na przykład poprzez eklektyczne zestawienia elementów pochodzących z różnych porządków czasowych i przestrzennych. Szeroką skalę możliwości odróżnienia się od innych daje nam moda retro, vintage czy zjawisko recyklingu. Ta nieskończona wariantywność przynajmniej teoretycznie może zapewnić brak powtórzenia. Jednocześnie w geście sięgnięcia do przeszłości realizuje się potrzeba podobieństwa, która „uwalnia od kłopotu poszukiwania” i „kładzie nacisk na element stałości w zmianie”<sup>17</sup>. Na poczucie bezpieczeństwa, które daje powrót do przeszłości, wskazuje również Annette Geiger w tekście *Fashion and Time. The Impossibility of the Present*. Skupiając się na codziennych praktykach, autorka zwraca uwagę, że zazwyczaj traktujemy modę przeciwnie do jej szybkiego tempa zmian. Do interpretacji tego zjawiska wprowadza metaforę Paula Virilio *rushingstandstill* („pędzący zastój”), najlepiej opisującą świat mody, którego zmiany tylko z pozoru mają tak szybkie tempo. W rzeczywistości w ramach wyborów, których dokonujemy w sklepowej przymierzalni, dążymy zazwyczaj do wprowadzenia jak najmniejszych zmian w naszej szafie. „Konsumujemy modę przy zachowaniu spójności, która pozwala nam jedynie na zmiany w detalach”<sup>18</sup>. Przy czym spójność nie wypływa z ciągłej analizy zawartości naszej garderoby, ale raczej z psychologicznej potrzeby spójności tożsamości. Dlatego też zwrócenie się ku konkretnym praktykom konsumenckim pokazuje swego rodzaju kontynuację historii; nie tyle ciągłą zmianę, ile metaforyczny bieg w miejscu.

Annette Geiger wyraźnie wchodzi w polemikę z ciągle zmieniającymi się tendencjami w modzie, nie tyle przecząc temu zjawisku, ile raczej wskazując na jego absurdalne wręcz przyspieszenie: „fakt, że zupełnie wyparliśmy powolność mody, skupiając się całkowicie na jej prędkości, dużo mówi o naszym obecnym doświadczeniu czasu”<sup>19</sup>. Być może najlepszą tego ilustracją jest intensywnie rozwijająca się w różnych obszarach projektowania dziedzina badań nazywana przewidywaniem trendów (*trend forecasting*), która ma za zadanie nie tylko wychwycić wpływy minionych wydarzeń, ale przede wszystkim na podstawie przeszłości oraz aktualnych wydarzeń określić możliwość wystąpienia określonych zjawisk w przyszłości. Tym samym Derridańskie przecucie o krążących widmach zostaje wychylone w przyszłość, której echa są na swój sposób obecne w teraźniejszości. To rozpoznanie prowadzi do różnorodnych działań skupionych na próbie ich uchwycenia. U podstawy przewidywania trendów wydaje się leżeć założenie o pewnych prawidłowościach, którym podlega między innymi moda i związany z tym wysiłek wpisania jej w możliwy do przewidzenia schemat kolejnych powrotów. Praktyka ta w pewnym stopniu odsyła nas do badań Alfreda Kroebera, który śledząc zmiany na przestrzeni stuleci, próbował wpisać modę w przewidywalne ramy czasu.

W kontekście „nawiedzonej” rzeczywistości Jacques Derrida posługiwał się sformułowaniem *out of joint*. W tym rozumieniu czas, który „wypadł z zawiasów”, jest przetrącony, naznaczony rozdzieleniem i przeciwstawionym temu, co linearne, uporządkowane, jednolite<sup>20</sup>. Nawiedzają go bowiem nieustannie

<sup>17</sup> G. Simmel, *Filozofia...*, op. cit., s. 181–182.

<sup>18</sup> A. Geiger, *Fashion and Time. The Impossibility of the Present*, [w:] D. Mink (red.), *Fashion – Out of Order. Disruption as a Principle*, Stuttgart 2011, s. 151.

<sup>19</sup> Ibidem, s. 152.

<sup>20</sup> W. Michera, *Piękna jako Bestia. Przyczynek do teorii obrazu*, Warszawa 2010, s. 273.

duchy przeszłości, a w perspektywie praktyki przewidywania trendów trzeba by dodać również duchy przyszłości. Stąd praktyka przewidywania trendów może być interpretowana jako próba poszukania (czy też ustanawiania) w tym rozmontowanym czasie nowych i dopiero kształtujących się wzorów oraz anomalii, które zwiastują możliwe głębokie zmiany w kulturze. Dlatego też osoby przewidujące trendy nazywane są „detektywami stylu życia: [...] spędzającymi czas na wykrywaniu wzorów czy zmian w zachowaniach, postawach i sposobach życia, które biegną przeciwie do dotychczasowych sposobów myślenia lub zachowań, sposobów ubierania się, komunikacji i handlu”<sup>21</sup>.

Lidewij Edelkoort jest chyba jedną z najbardziej znanych na świecie obserwatorek trendów (trendspotter). Coroczne publikacje jej firmy Trend Union w formie książek trendów (trend book) osiągają cenę nawet do trzech i pół tysiąca dolarów za sztukę. Umieszczona na liście magazynu „Time” wśród 25 najbardziej wpływowych osób w modzie ma wśród swoich klientów takie firmy, jak Coca-Cola, Nissan, Estée Lauder czy Gucci. „Ludzie myśla, że jestem mistykiem czy cyganką” – komentuje Edelkoort – ale „ja po prostu z uwagą się przyglądam”<sup>22</sup>. „Po ukończeniu szkoły Edelkoort odkryła swój talent do wyczuwania nadchodzących trendów i tego, co konsumenci chcieliby kupić kilka sezonów z wyprzedzeniem”<sup>23</sup> – czytamy na jej autorskiej stronie internetowej. Uwaga, intuicja, wyczucie, otwartość to podstawowe określenia

odnoszące się do umiejętności osób obserwujących i wykrywających nowe trendy. Już sam język opisujący praktykę przewidywania trendów sugeruje odkrywanie przyszłości na podstawie teraźniejszości. Wystarczy, podobnie jak detektyw, rozglądać się uważnie, skupić uwagę i po ledwo dostrzegalnych śladach wytropić symptomy zmian z dalekim wyprzedzeniem.

Równie intensywnie przyglądając się samej praktyce, należy zwrócić uwagę na cały proces przewidywania trendów, na który składa się nie tylko sposób zbierania, ale również rozpowszechniania materiałów. Księga trendów od momentu opublikowania<sup>24</sup> trafia do największych domów mody, na jej podstawie tworzone są następnie kolekcje, które po pokazach wędrują do sklepów. Kolekcje te stanowią wytyczne dla projektantów największych firm odzieżowych z tak zwaną szybką modą (fast fashion), takich jak na przykład Zara czy H&M, które tworzą repliki wybranych modeli<sup>25</sup>. Proces przewidywania trendów Renier Evens, założyciel portalu Trendwatcher.com, nazywa samospełniającą się przepowiednią: „ponieważ [Lidewij Edelkoort] ma tak dużo zwolenników, cokolwiek ogłosi, to stanie się prawdą”<sup>26</sup>.

<sup>21</sup> M. Raymond, *The Trend Forecasters's Handbook*, Londyn 2010, s. 12.

<sup>22</sup> Wywiad Lindy Tischler z Lidewij Edelkoort, **Li Edelkoort: Famous Trendspotter**, „Fast Company”, October 2008. <http://www.fastcompany.com/1007048/li-edelkoort-famous-trendspotter> (dostęp: 21.04.2013).

<sup>23</sup> <http://www.edelkoort.com/lidewij-edelkoort/> (dostęp: 21.04.2013).

<sup>24</sup> Księgi trendów wydawane przez Trend Union, choć należą prawdopodobnie do najbardziej popularnych, są tylko jedną z kilkunastu propozycji obecnych na rynku.

<sup>25</sup> Obok ksiąg trendów funkcjonują również portale internetowe zajmujące się przewidywaniem trendów. Najbardziej znany to WGSN (Fashion Trend Forecasting & Analysis), który za pomocą obrazów pochodzących z różnych porządków (zdjęć z pokazów mody, czasopism, blogów poświęconych praktycznie każdej sferze kultury) tworzy klasyfikacje i typologie.

<sup>26</sup> C. Rohwedder, **Know Business. Noted trend forecaster Li Edelkoort on what the future holds**, „WSJ. The Magazine of the Wall Street Journal”, December 2, 2009. <http://magazine.wsj.com/features/the-big-interview/know-business/2/> (dostęp: 19.04.2013).

Praktyka konstruowania trendów przez wąskie grono specjalistów, którzy następnie sprzedają zdobytą (wytworzoną) wiedzę, opiera się w dużej części na analizie emocji konsumentów. Hyun-Seung Cho i Jooheon Lee stawiają tezę, że trendy nie reprezentują niczego innego, jak tylko zmiany emocji konsumentów. Dlatego też przewidywanie trendów opierałoby się na skutecznym analizowaniu emocji, a właściwie na zarządzaniu nimi<sup>27</sup>. Obserwatorzy trendów należą w tym sensie do nowego grona profesjonalistów, którzy wytwarzają użyteczną dla rynku wiedzę o emocjach konsumentów. Jak piszą Agata Dembek, Mateusz Halawa i Marek Krajewski we wstępie do numeru „Kultury Współczesnej” poświęconego teorii afektów, emocje to „jeszcze jedna przestrzeń, którą można skolonizować, poddać rynkowej eksploatacji, wprząc w procesy produkcji i dystrybucji towarów”<sup>28</sup>. Ale ta zamiana emocji w towar ma jeszcze jeden ważny aspekt. Wykorzystanie wiedzy psychologicznej w procesie przewidywania trendów jest używane również w celu tworzenia produktów, które sprzedają przemianę emocjonalną. Najlepszą ilustracją tego zjawiska są znane medialne slogany: „zakupy najlepsze na poprawę humoru” czy „zakupy dobre na wszystko” czy starające się przekonać o prawdziwej mocy ubioru liczne programy telewizyjne proponujące zmianę życia, rozpoczynającą się wraz ze zmianą zawartości szafy. Przykładami mogą być: *What Not to Wear* i *Undress the Nation* z Trinny i Susannah (stylistki w ramach programu „ubierały” również Polskę), *Jak dobrze wyglądać nago*

(polska wersja brytyjskiego programu), *Me-tamorfozy Fashion Cafe* czy *Fabryka Urody*<sup>29</sup>.

Zarówno w badaniach Alfreda Kroebera, jak i we współczesnej praktyce przewidywania trendów moda rozumiana jest jako proces w czasie. Widać to najlepiej na podstawie metafory fali, która rozchodzi się, zanika, by następnie powrócić. Kolejne tendencje w modzie pojawiają się jednak obecnie o wiele szybciej oraz w znacznie większej ilości i różnorodności. Zjawisko to pociąga za sobą coraz częstsze powtórzenia tego, co było, i zapętlenia różnych temporalności. Zamiast jednej kroeberowskiej fali obserwujemy kilka wielowątkowych i nakładających się na siebie fal. Stąd moda wszystkich poprzednich dekad może pojawić się równocześnie, na wyciągnięcie ręki mamy dowolny styl. Możliwości nowych konfiguracji jest tak wiele, że powtórzenia przeszłości nigdy, przynajmniej teoretycznie, nie są dokładnie takie same. Jednak, jak przekonuje Annette Geiger, ciągła presja „bycia na bieżąco” i doświadczania „tu i teraz” jest niemożliwa do zrealizowania<sup>30</sup>. Być może dlatego jednym z trendów, powtarzanych w mediach aż do znudzenia, jest „bycie sobą” i dążenie do „znalezienia własnego stylu” w gąszczu różnych możliwości. ●

<sup>27</sup> H.S. Cho, J. Lee, **Development of a macroscopic model on recent fashion trends on the basis of consumer emotion**, „International Journal of Consumers Studies” 29/2005, s. 18.

<sup>28</sup> A. Dembek, M. Halawa, M. Krajewski, **Emocje w późnym kapitalizmie. Wprowadzenie**, „Kultura Współczesna”, 3(74)/2012, s. 8.

<sup>29</sup> A. Zborowska, **Odsłona modowa**, „Mała kultura współczesna”, <http://malakulturawspolczesna.org/2012/12/27/cfp-odslona-modowa/> (21.04.2013).

<sup>30</sup> A. Geiger, **Fashion and Time...**, op. cit., s. 153.