

dr Iva Jestratijević

studentkinja doktorskih studija

Grupa za teoriju umetnosti i medija, Interdisciplinarne studije Univerziteta umetnosti u Beogradu
ieve33@gmail.com

Uvod u studije mode

Apstrakt: Iako je do poslednje decenije dvadesetog veka sfera oblačenja posmatrana iz raznih jednodimenzionalnih perspektiva, sve brži razvoj studija kulture pomogao je u prevazilaženju svih grešaka ranijih pristupa ovoj zahtevnoj društvenoj i kulturalnoj praksi. Studije mode postale su jedan od integralnih podistema savremenih studija kulture, što je bio značajan iskorak od klasičnih studija kostima kao kredibilnog elementa materijalne kulture (kako se posmatrao u etnološkim, antropološkim i istorijskim studijama), ka studijama oblačenja kao simboličkom tekstu, koji sada funkcioniše i kao znak društvenog ili ideološkog pripadanja, seksualnosti i izabranog stila života pored toga što je ranije bio trag/artefakt u dijahronom vremenu. Studije mode odeću određuju kao potencijalni tekst i sliku, ideološki znak, ali i kao predmet masovne potrošnje. Međutim, odeća se primarno određuje u odnosu prema telu. U tom smislu, telo i odeća čine neraskidivu celinu, koja se menja u skladu sa promenama u okolini, kulturalnim i društvenim kontekstom ispoljavanja pojedinačnog postojanja predstavljanjem niza nekoherentnih kulturalnih identiteta.

Ključne reči: studije mode, moda, tekst, znak, teorije teksta, kulturalni identiteti, potkultura;

Operativne definicije mode

Reč moda potiče od latinske reci *modus*, koja između ostalog znači: cilj, merilo, način, oblik, sastav. Međutim, etimologija ove reči u konkretnom slučaju ne pomaže značajno u razumevanju same pojave. U najširem smislu moda bi mogla biti definisana kao opšti mehanizam koji deluje, kako ju je Valter Benjamin (Walter Benjamin) jednom davno odredio, kroz večni povratak novog.¹ U tom smislu moglo bi se govoriti, kako je to opisao Dorfler, o raznim *književnim* ili *filozofskim* modama, ukoliko se moda shvati kao periodična promena ukusa.² Takođe, u jednom visoko

¹ Laš Svensen, *Filozofija mode*, Beograd, Geopoetika, 2005, 12.

108 ² Đilo Dorfler, *Moda*, Novi Sad, Bratstvo i jedinstvo, 1980, 110.

razvijenom, potrošačkom društvu, moda je shvaćena kao celokupna proizvodna ideologija koja počiva na strogo kontrolisanom sistemu brzog zastarevanja stvari i večnog povratka *novog*, kao njihovog osnovnog merila.

U užem smislu, moda referira na sferu odevanja, periodične promene odevnih stilova kao i različite trendove konstrukcije vizuelne pojavnosti subjektiviteta. Odelo u tom kontekstu shvaćeno, postaje javni produžetak tela. Moda čini oblast konstrukcije i izvođenja različitih kulturnih identiteta. Stoga se u aktuelnim studijama i razmatra kao površna društvena igra, ali i kao veoma kompleksan društveni fenomen. Ujedno, kada se govori o odevnoj modi, prvenstveno se misli na široku oblast različitih suplemenata tela, počevši od odeće, nakita i svih oblika asesoara. Međutim, kako je sfera odevne mode u studijama mode postala potpuno neodvojiva od sfere dizajniranja tela, savremena teorijska promišljanja odevne mode pod datim terminom uključuju i kompleksnu oblast telesnih modifikacija, koje su se tokom razvoja savremenog društva sasvim odvojile od nekadašnjih ritualnih i obrednih funkcija, te u novom kontekstu odgovaraju isključivo estetskim načelima vladajućeg modnog trenda.

U postmodernim studijama mode, pojam mode svodi se na celokupnu oblast odevne, ali i telesne mode, kao što je koriste teoretičarke mode Džoan Ajher (Joanne Eicher) i Meri Higin (Mary Higgins). Ove teoretičarke izdvajaju dve kategorije/podgrupe mode kao termina i to su kategorija *mode* u vidu *transformacije tela*, što uključuje sve oblike transformacije kose, kože, zuba, noktiju, muskulature itd. Druga podgrupa mode odnosi se na *sve promene telesnih suplemenata* i *telesnih dodataka* i tu se svrstavaju čak četiri manje grupacije koje uključuju: tip odela, tip suplemenata direktno dodatih telu, tip suplemenata direktno dodatih odelu, kao i objekte koji se nose u vidu dodataka.³

Ovakav široki, i u velikoj meri opšte prihvaćen način poimanja samog termina mode, pokrenuo je nove načine razmatranja odevne mode kao sistema. Budući da je moda odevanja, kao praksa, neodvojiva od ljudskog tela, u smislu da se na njemu manifestuje, sa njim interreaguje, pa ga u krajnjem slučaju i menja, odevne i telesne modifikacije daju se posmatrati kao komplementarne prakse koje podležu jednakim zakonima vladajuće mode. U tom smislu, kada se govori o aktuelnim studijama mode, skoro je nemoguće izostaviti sferu dizajna modnog tela.

Interdisciplinarne studije mode

Tokom poslednjih nekoliko decenija, u okviru savremenih studija kulture, interdisciplinarne studije mode imaju sve značajnije mesto. Iako je jasno da se radi o još uvek ekskluzivnoj i mladoj studijskoj disciplini, njena popularnost neopisivo brzo raste. Studije mode javljaju se kao spoj širokog spektra naučnih disciplina, poput antropologije, etnologije, istorije kostima, teorije dizajna, teorije roda, filozofije, psihoanalize, feminističkih teorija, teorija medija, postkolonijalnih studija itd. Na ovaj način strukturisane studije ukazuju na postojanje nekoherentnog spektra disciplina i metoda. U tome se sadrži i osnovni razlog njihove, u analitičkom smislu, rastuće „atraktivnosti“. Takav trend u akademskom svetu doprineo je činjenici da se studije mode sve fluidnije nadgrađuju, dopunjuju i menjaju. To potvrđuju i brojne teorijske analize mode, koje na godišnjem nivou lansiraju neki od najpoznatijih izdavača u ovoj oblasti (*Berg, Routledge, Taschen*).

Činjenica, da se studije mode i tela primarno vezuju za Evropu (naročito za Veliku Britaniju), a sa druge strane za Severnu Ameriku, utiče bitno i na određenje fenomena mode, prevashodno kao zapadnog fenomena. Moda je koncept Zapada i zapadnih zemalja, koji istoričari, kao proces, mahom povezuju sa modernizacijom društva u četrnaestom veku. Sa druge strane, teoretičari je

³ Mary Ellen Higgins Roach, Eicher Joanna, Johnson Kim, *Dress and Identity*, New York, Fairchild Publications, 1995, 8.

kao profesiju povezuju sa industrijalizacijom i kasnim devetnaestom vekom, kada nastaju prve kuće visoke mode u Francuskoj. Međutim, paralelno ovoj perspektivi tokom poslednje decenije naročito se primećuje nagli razvoj alternativnih pokušaja interpretacije mode u vidu jednog šireg kros-kulturnog fenomena. Iz tog aspekta, modu posmatra antropolog i teoretičar postkolonijalne mode Dženifer Krejk (Jennifer Craik), koja u svojim delima dovodi u pitanje ustaljeno razmišljanje o modi, kao proizvodu eurocentričnih kapitalističkih ekonomija.⁴ Razmatrajući sve primere konstrukcije egzotike u modi (od indijskog sarija, do islamskog vela i ukrašavanja tela u Okeaniji), Krejk pokušava da opovrgne strogu dominaciju modnih sistema Zapada u korist stvaranja jedne šire, globalne perspektive mode. Na taj način, rušenje granica između zapadne i nezapadne mode, visoke i svakodnevne mode, u njenom radu postaje značajan doprinos ka stvaranju teorijske baze, neophodne za razvoj aktuelnih postkolonijalnih studija mode.

U savremenim studijama kulture, moda odevanja najčešće se posmatra sa dva stanovišta. Prvi od njih podrazumeva diskurs ekonomije i politike sistema i institucija proizvodnje, razmene, upotrebe i potrošnje odeće; drugi referira na modu sa stanovišta različitih oblika i praksi upotrebe, a to znači, intencionalne ili strukturalne identifikacije subjekta upotrebe odeće u klasnom, rodnom, etičkom, rasnom, profesionalnom ili generacijskom smislu.⁵ U prvom slučaju, moda odevanja može se posmatrati i kao važan konstituent ideologije društva, budući da se institucionalne i diskurzivne prakse o odevanju (i ulogama odevanja), reflektuju na pojavnost javnog tela mode. Mišel Fuko (Michel Foucault) je u svom kulturnom delu o istoriji seksualnosti, izneo hipotezu da se samo ljudsko telo, kao materijalna pojavnost subjekta, društveno oblikuje odnosima moći,⁶ stoga je korisno i razmotriti disciplinarnu funkciju određenih moda. S obzirom na činjenicu da odeveno telo prevashodno predstavlja oblik javnog tela, u svim društvima odeća čini nužno sredstvo kulturnog otelotvorenja subjekta. U tom smislu, delovanje različitih tehnika biovlasti, između ostalog, moglo bi se dovesti u relaciju sa institucionalnim diktatom konkretnih moda. Stoga se u okviru savremenih studija ističe važnost analize različitih mehanizama funkcionisanja opšteprisutnih (vidljivih i nevidljivih) disciplinarnih metoda odevne mode.

U drugo pomenutom slučaju, moda se razmatra kao značajan mikrofenomen kulturne svakodnevnice. Odevanje referira na vizuelnu pojavnost tela, pa tako podrazumeva i načine na koje se pojedinac putem materijalnih predmeta zastupa unutar određenog kulturnog konteksta. Studije mode odelo definišu kao tekst, i kao *sliku*, kao ideološki znak, ali i predmet masovne potrošnje. Međutim, odelo se, pre svega, definiše u odnosu na telo.⁷ U tom smislu, telo i odelo čine neraskidivu celinu koja se menja u skladu sa promenama koje diktira okruženje, odnosno, kulturni i društveni kontekst u kojem se realizuje individualno postojanje putem prezentovanja niza nekoherentnih kulturalnih identiteta.

Dijahronijska evolucija modne teorije

Neoboriva je činjenica da je, sve do osamdesetih godina dvadesetog veka, dominantan pristup proučavanju mode bio u okviru sociologije mode, kao dela opšte sociologije društva. Počevši od ključnih radova o sociologiji mode Edvarda Sapira (Edward Sapir, koji o modi piše kao o društvenom fenomenu kolektivnog izbora), Renea Kuninga (René König, koji sociologiju mode smatra delom sociologije mase i socijalne psihologije), Džordža Simela (Georg Simmel, koji društveni fenomen mode bazira na *trickle down* teoriji, dok individualnu modu izražava kao spoj

⁴ Jennifer Craik, *The face of fashion, Cultural studies in fashion*, London–New York, Routledge, 1993, 1.

⁵ Miško Šuvaković, *Pojmovnik suvremene umjetnosti*, Zagreb–Ghent, Horetsky–Vlees & Beton, 2005, 378.

⁶ Mišel Fuko, *Istorija seksualnosti: Volja za znanjem*, Beograd, Prosveta, 1976, 124.

⁷ Valerie Steele (ed), *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body and Culture*, NY–Oxford, Volume 10, Issue 4, 2006, 1.

suprotstavljenih težnji ka individualnoj diferencijaciji i grupnoj asimilaciji), ili Torstena Veblena (Thorstein Veblen, moda kao fenomen dokoličarske klase) moda se posmatrala kao prošireno područje društvenih promena. Hrvatski filozof i teoretičar mode Žarko Paić se upravo iz tog razloga u svom delu o „vrtoglavi u modi“ bavi problematikom nepostojanja samostalne naučne discipline, koja bi odgovarala nazivu sociologije mode, kao i njenim konačnim formiranjem od početka osamdesetih godina dvadesetog veka, ali ne u smislu uspostavljanja sociologije mode kao legitimne discipline, već naprotiv, uspostavljanjem samostalne teorije mode u okviru interdisciplinarnih studija kulture. Naime, po mišljenju Paića, od samih početaka sociologije mode, do savremenih interdisciplinarnih studija kulture, moda se shvata kao:

1. društveni proces sa svojim ciklusima proizvodnje, distribucije i potrošnje;
2. društveni fenomen koji je, doduše, nesvodiv na druge fenomene svakodnevnog života, ali istovremeno se ne može tumačiti bez povezanosti sa društvenim određenjem pojmova ukusa, stilova, života, umetnosti i dokolice;
3. područje kulturne integracije i diferencijacije pojedinaca i skupina;
4. mehanizam socijalnog nadmetanja i procesa izbora između racionalnih i iracionalnih životnih alternativa za sticanje ugleda, prestiža i društvenog statusa;
5. polje društvene borbe za dominacijom putem akumulacije simboličkog i kulturnog kapitala.⁸

Neodvojivost teorijskog promišljanja mode, od temelja klasno-društvene stratifikacije, sociologije masa i ukusa epohe, doprinela je dugo primenjivanom načinu proučavanja sociologije mode kao teorije šireg društvenog konteksta, izazivajući time i nemogućnosti pravilne distinkcije pojmova poput mode i odevanja (nije svako odevanje apriori moda).

Istovremeno, u takvoj akademskoj atmosferi bilo je nemoguće shvatiti modu kao integralni deo vizuelne kulture, oblast dizajniranja tela, potvrđivanja izabranog životnog stila i slično. Međutim, krajem osamdesetih godina prošlog veka, kada je kultura preuzela primat u društvenim i humanističkim naukama, moda se izdvojila iz okrilja klasičnog sociološkog diskursa i postala jedan od relevantnih teorijskih subjekata interdisciplinarnih studija kulture. Tako je proučavanje mode, u kontekstu studija kulture, poslednjih decenija sve više uključivalo studiju odela kao vizuelnog znaka konstrukcije kulturalnih identiteta (Fred Dejvis /Fred Davis/, Dik Hebdidž /Dicke Hebdige/), potom, studije mode kao područja medijske reprezentacije (Stjuart Hol /Stuart Hall/, Pamela Čerč Gibson /Pamela Chursh Gibson/, Stela Bruci /Stella Bruzzi/), studije mode kao specifičnog sistema komunikacije (Rolan Bart /Roland Barthes/, Malcolm Bernard /Malcolm Barnard/, Alison Luri /Alison Lurie/, Žan Bodrijar /Jean Baudrillard/), ili pak neofeminističke studije mode (Elizabet Vilson /Elisabeth Wilson/, Karolin Evans /Caroline Evans/).

Razvojem teorija mode u okviru interdisciplinarnih studija kulture, veliki korak načinjen je upravo prelazom od klasičnog izučavanja kostima, kao verodostojnog elementa materijalne kulture (kako su ga tretirale etnološke, antropološke i istorijske studije), ka studiji odela kao simboličkog teksta, koji sada funkcioniše, ne više samo kao trag/artefakt u dijahroniji vremena, već i kao znak za društvenu pripadnost, ideologiju, seksualnost, životni stil itd. Jedan od vodećih istoričara mode, Kristofer Bruard (Christopher Breward), na konferenciji održanoj u Mančesteru 1997. godine (*Manchester Dress in History Conference*), izložio je rad o nužnoj rekonceptualizaciji pristupa proučavanju istorije mode.⁹ Bruard u tom trenutku predlaže nužan iskorak ka

⁸ Žarko Paić, *Vrtoglavica u modi: Prema vizualnoj semiotici tijela*, Zagreb, Altagama, 2007, 82.

⁹ Rad je nosio naziv *Cultures, Identities: Fashioning a cultural approach to dress*. Za više informacija cf. Lou Taylor, *The study of dress history*, Manchester–New York, Manchester University Press, 2002, 78.

Značenja, koja produkuju vizuelni mediji u svakodnevnom okruženju, cirkulišu u vidu nedoslovnih, odnosno, kodiranih poruka. Iz tog razloga, u okviru studija kulture, sve veći značaj dobija teorijska disciplina poput semiologije vizuelnosti, budući da upravo ona pruža potencijalne odgovore, neophodne za razumevanje mehanizama konstrukcije značenja u okvirima svakodnevnog života. U skladu s vladajućim teorijskim *trendovima*, u pristupu raznovrsnim disciplinama unutar studija kulture, i savremene sudije mode se u najvećoj meri oslanjaju na naučna dostignuća teorija teksta i semiologije¹², koristeći se istovremeno i njihovim pojmovno-metodološkim aparatom. Tako se i sam pojam teksta izdvaja iz teorija književnosti i lingvistike, kako bi se u aktuelnom, postrukturalističkom i postmodernom kontekstu, u najopštijem smislu primenio na svaku značenjsku strukturu.

Kao realan produkt, odevni predmet prvenstveno predstavlja materijalan *tekst*. Njegova značenja određena su unutrašnjom strukturom, odnosno, sastavom i teksturom materijala. Na tom nivou modni predmet funkcioniše kao semiotički tekst. S druge strane, uključenjem materijalnog teksta u konkretan socijalni kontekst, dati predmet postaje i kulturni tekst. Značenja mu postaju kulturalno kodirana, a samim tim i razumljiva određenim društvenim grupacijama. Iako odevni predmeti, kao materijalni artefakti, imaju svoju upotrebnu funkciju, tu se ne završava njihov značaj. Predmeti mode, kao kulturni produkti, imaju i simboličku dimenziju, te u svakodnevnom okruženju funkcionišu i kao znaci. Stoga se zaključuje da odevna praksa ima i komunikativnu funkciju, te se svaka pojedinačna moda može čitati kao kulturalno kodiran tekst. Modni predmet, kao tekst, predstavlja svojevrsan spoj vidljivog i čitljivog. Kao vizuelna struktura on se definiše pogledom i *čita* putem vizuelne percepcije sadržaja. Na taj način, moda kao vizuelni tekst uključuje i određeni sistem atribucije značenja, odnosno, pridavanja smisla stvarima koje nas okružuju. Ipak, nijedan modni tekst ne može biti mesto precizne fiksacije značenja, već samo potencijalni spoj odnosa tog teksta sa drugim tekstovima aktuelne ili istorijske kulture.

Sistem mode čini specifičan sistem komunikacije. Iako moda ne predstavlja jezik u izvornom sosirovskom smislu poimanja ovog pojma, to joj ne umanjuje sposobnost širenja društveno relevantnih značenja, kao i tendenciju njihovog prenošenja u vidu različitih tekstualnih poruka. Značenja koja se, na specifičan način, u ovom slučaju konstituišu oko odevene individue, prvenstveno se zasnivaju na uspostavljanju društveno prepoznatljivih kategorija, koje određuju pojedinca kao pripadnika određene klasne, statusne, rodne, starosne i seksualne grupacije. Individualna odeća može da se posmatra kao tekst kroz koji se izražava ili putem kojeg se konstruiše određeni ili izabrani kulturalni identitet.¹³

Kulturalni identitet, u ovom slučaju, podrazumeva način na koji se određena individua zastupa u svakodnevnom životu. U tom smislu, on podrazumeva čitav niz različitih praksi i procesa, počevši od načina ponašanja, odevanja, hoda, govora, pa sve do raznovrsnih metoda lične ekspresije. Takođe, ukoliko identitet predstavlja referencu naspram koje se određeni subjekt iskazuje, onda bi se individualno odevanje moglo posmatrati kao aktivan čin konstrukcije sopstva, putem konstrukcije kulturnih tekstova za sebe i za druge.¹⁴ Budući, da su identiteti konstrukcije koje se ispoljavaju unutar kulturalnih i društveno prezentovanih odnosa, oni se uvek javljaju kao proizvod određenog diskursa. Kulturalni identiteti, koji se uspostavljaju odevnom praksom, uvek se nalaze u funkciji trenutnih namera i privremenih uloga subjekta. Na taj način, odevanje je neophodno razmatrati i kao aktivan i svestan čin konstituisanja, izvođenja i potvrđivanja željenog sopstva.

¹² Pod semiologijom se podrazumeva sosirovski pojam „životna znaka u društvu”.

¹³ Identitet je cilj ili efekat psihološkog ili društvenog procesa, kojim se subjekt poistovećuje sa drugim stvarnim ili idealnim subjektom, određenim aspektima stvarnog ili idealnog subjekta, stvarnom ili idealnom društvenom grupom, odnosno određenim kriterijumima individualne ili društvene prepoznatljivosti. Cf. Miško Šuvaković, *Pojmovnik suvremene umjetnosti...*, op. cit. 2005, 270.

¹⁴ Miško Šuvaković, *Studije slučaja. Diskurzivna analiza izvođenja identiteta u umetničkim praksama*, Pančevo, Mali Nemo, 2006, 32.

Ujedno, javno prezentovanje određenog identiteta nikad ne podrazumeva prezentovanje samo tog identiteta. Naprotiv, ono podrazumeva prezentovanje njegovih hibridnih, diskurzivno izvođenih odnosa sa drugim identitetima u širokom dijapazonu od rasnih, etničkih, klasnih ili generacijskih, do profesionalnih.¹⁵ Prezentovanje određenog kulturalnog identiteta javlja se kao intertekstualni ishod prostiranja datog identiteta (kao teksta), kao i njegovih različitih (prepoznatljivih i skrivenih) predstava, u dijahroniji vremena. Tako su se, na primer, supkulturalni identiteti, u okviru omladinske kulture nakon drugog svetskog rata, u velikoj meri uspostavljali korišćenjem vizuelnih (prepoznatljivih i skrivenih) označitelja otpora. Odeća i odevni simboli su se, u konkretnom slučaju, pretvarali u konotativne kodove,¹⁶ čineći supkulturalni odevni stil potentnim izvorom značenja. Međutim, to ne znači da su se znaci omladinskog revolta javljali u vidu eksplicitnih mapa značenja. Naprotiv, oni se vrlo često i nisu opazali u direktnom iskustvu, već su bili neprozirni kao i društveni odnosi iz kojih su i sami proistekli.¹⁷ Na taj način, ne bi bilo pogrešno zaključiti da su se, u većini slučajeva, supkulturalni identiteti zapravo konstruisali kroz razliku, odnosno kroz (namerno) prezentovanje određene socijalne različitosti. Naime, s obzirom da kultura i supkultura, kako je tvrdio Luj Altiser (Louis Althusser), predstavljaju različite (relativno autonomne) nivoe iste društvene formacije, u kapitalističkim društvima se te strukture izražavaju „opštom kontradikcijom”.¹⁸ U tom smislu, supkulturalni identitet u određenoj kulturi uvek se konstruiše kao alternativni identitet, koji se realizuje posredstvom usvajanja oznaka društvene razlike i različitosti.

Tako se, recimo, naspram *mejnstrim* (mainstream) tokova kulture sedamdesetih, supkultura panku vizuelno konstituisala kao vid anarhijskog *diskursa*. Kao što je Breton (André Breton), u jednom od svojih manifesta o nadrealizmu, izneo hipotezu da se opšta revolucija predmeta uspostavlja tako što se predmetima promeni njihova primarna uloga,¹⁹ na sličan način je u panku stvaranjem površinskog, vizuelnog nereda zapravo sprovedena dublja, ideološka revolucija. Odevni predmeti u panku predstavljali su odeću suočavanja. Jedino „stilsko” odevno pravilo sadržalo je zahtev ka uništenju svakog postojećeg pravila. Cilj je bio namerno izazivanje nesklada (u vidu pravila „ako ti neki odevni predmet ne odgovara, nosi ga!”). Predmeti pozajmljeni iz različitih konteksta našli su mesto u odeći panku: klozetski lanci visili su u ljupkim lukovima preko grudi, pokrivenih plastičnim kesama za đubre. Zihernadle su nošene kao ukrasi probodeni kroz obraze i usne. Jeftine tkanine (plastika, pvc, lureks) sa provokativnim dizajnom (leopard, zebra), koje je modna industrija odavno odbacila kao kič, postajali su ključni elementi (fetiš) odevnog stila.²⁰ Na taj način su u panku, odevni predmeti, u vidu materijalnih označitelja, odvajani od svog *prirodnog* konteksta i postavljeni unutar alternativnog i supkulturalnog. Nova značenja su se u tom procesu generisala kroz stvaranje vidljivog nereda, kao načina za uspostavljanje razlike. Vizuelni nesklad sugerisao je nedostatak smisla. Stoga se alternativni identitet javljao, ne kao uređen značenjski sistem, već naprotiv, svojevrsnom konstrukcijom vizuelne značenjske strukture, koja se opire svakom razumevanju. Međutim, paradoks panku, kao kulturnog teksta, nalazi se u činjenici da je, iako na vizuelnom nivou upotrebljena odeća predstavlja značenjski prazan efekat, opet na neki način ta *praznina* ispunjena znacima. Tako se supkulturalni identitet panku formira kao duboko

¹⁵ Ibid. 36.

¹⁶ Kod se u ovom smislu posmatra kao skup znakova (u vidu semioloških činjenica), u okviru mode kao sekundarnog sistema označavanja

¹⁷ Dik Hebdidž, *Potkultura: Značenje stila*, Beograd, Pečat, 1980, 24.

¹⁸ Charles Harrison, Wood Paul, *Art in Theory 1900-2000: An anthology of changing ideas*, Malden-Oxford-Victoria, Blackwell, 2003, 958.

¹⁹ Cathrin Leroy Klingsöhr, *Surrealism*, Koln, Taschen, 2004, 80.

²⁰ Dik Hebdidž, *Potkultura: Značenje stila...*, op. cit. 106.

kontradiktoran vizuelni tekst, u okviru kojeg je svaki pokušaj izvlačenja konačnog značenja iz, na izgled beskrajsne, proizvoljne igre označitelja, *apriori* osuđen na neuspeh.²¹

Zbog ovog, kao i niza sličnih primera, postaje jasno da se kulturalni identiteti koji se, između ostalog, konstituišu i prezentuju putem mode, ređe javljaju kao značenjski jasne, smisaone celine (zatvoreni tekstovi), dok u većini slučajeva, zapravo predstavljaju *otvorene* strukture značenja. Čak i kada se na vizuelnom nivou izabrani identitet posreduje uz pomoć društveno prepoznatljivog vizuelnog koda, (što bi podrazumevalo korišćenje bilo kog vida uniforme), opet se značenja koja se generišu svode na ishod konkretne, ali trenutne javne uloge (profesionalni identitet, religijska, etnička pripadnost itd). Kulturalni identitet, posebno u aktuelnom društvenom i kulturnom kontekstu, funkcioniše kao otvoren, višeznačan tekst, čija značenja i sama mogu biti međusobno suprotstavljena, a čine ga nestalne kategorije. Identitet se, u tom smislu, javlja kao svaka trenutna izvedba individualnog poistovećivanja. Iz tog aspekta posmatrana odevna moda obuhvata sistem beskrajsnih materijalnih označitelja, koji pojedincu omogućavaju da iznova sprovodi čin izvođenja identiteta.²²

Tekstualne teorije analize

U *Sistemu mode* Bart kao osnovnu hipotezu ističe mogućnost posmatranja mode kao specifičnog oblika jezika.²³ Definiciju jezika Bart preuzima iz Sosirove lingvistike, iznoseći hipotezu da se sistem pisane mode javlja kao jezik u apstraktnom smislu (*lang*), te bi kao takav trebao da se proučava u zatvorenom jezičkom sistemu (magazini o modi). U fokus Bartovog istraživanja odevni predmet dospeva samo kao verbalna, jezička struktura u vidu pisanog odevnog znaka. U skladu s tim se zaključuje da njega ni u jednom momentu nije interesovala neka konkretna moda, stvarni odevni predmeti, njihova upotreba ili karakteristike. Naprotiv, moda koju kontinuirano stvaraju modni magazini, za Barta je činila nezavisan (kulturalni) objekat, sa originalnom strukturom i novim funkcijama, koje se sasvim razlikuju od socijalnih funkcija (materijalnih) odevnih predmeta koji spadaju u domen svakodnevnog (upotrebne) mode. Stoga se i sfera odevne mode, kao specifična oblast generisanja značenja, u *Sistemu mode* određuje kao predmet sociologije mode. Međutim, i pored Bartovih pretpostavki, sociologija mode, kao samostalna teorijska disciplina, nikad nije zvanično formirana. Uprkos tome, sociologija mode razvijana je u sklopu sociologije kulture, gde se na modu gledalo kao na prošireno područje društvenih i kulturnih promena.

Odevna moda je, najčešće, posmatrana kao kulturna oznaka društvene diferencijacije, koja se dešavala uporedo u okviru više različitih nivoa (klasno-socijalnom, rodno-polnom²⁴), ili se pak moda analizirala kao sastavni deo sociologije masa i socijalne psihologije.²⁵ Nasuprot tome, moda kao značenjski sistem postaje predmet savremenih studija kulture. U okviru njih semiologija se koristi kao analitička platforma, koja tretira nelingvističke sisteme značenja kao specifične *jezičke* sisteme. Iz toga aspekta, posmatrana moda nije u izvornom, sosirovskom načinu poimanja te reči jezik, iako predstavlja složen nelingvistički sistem komunikacije.

Moda predstavlja sistem vizuelnih znakova, zbog čega se i semiologija mode javlja kao najpogodnija teorija savremene mode. Budući da semiologija proširuje pojam znaka na različite

²¹ Ibid. 115.

²² Više o aktuelnim politikama identiteta pogledati u Nevena Daković, *Balkan kao (filmski) žanr. Slika, tekst, nacija*, Beograd, FDU, 2008, 21.

²³ Više u delu: Roland Barthes, *The fashion system*, Los Angeles, University of California Press, 1983.

²⁴ Na taj način su je analizirali Veblen, Simmel, Sapir itd.

²⁵ U tom smislu, najčešće je analizirana kao sredstvo društvene imitacije, moda kao masovni fenomen itd.

značenjske strukture, odevni predmeti, kao kulturni artefakti, jesu znaci koji, između ostalog, nalažu i određeni sistem čitanja. Iako lingvistika svodi definiciju teksta na verbalni iskaz (skup značenja posredovanih jezikom), neverbalnim tekstom moguće je nazvati bilo koji značenjski skup (sliku, fotografiju, film). U konkretnom slučaju, književni tekst²⁶ javlja se kao paradigmatički model za sve druge tekstove, pa tako i za odevni ili materijalni. Pa tako, dok se u Bartovoj analizi pisanog sistema mode pojam odevnog teksta razvija kao strogo formalni, lingvistički pojam, u ovoj studiji, pod pojmom odevnog teksta podrazumeva se svaki materijalni odevni predmet, kao svojevrsna značenjska struktura. Na taj način odevni tekst postaje model proizvodnje značenja u kulturi svakodnevnice. U skladu s tim, semiologija mode javlja se kao metajezička metoda opisanja odevnih predmeta kao specifičnih značenjskih skupova, a mode kao svojevrsne značenjske paradigme. Takođe, tekstovi mode nastaju kao proizvod interakcije između odevnog znaka, kulturnog konteksta koji ga okružuje, kao i eksternih subjekata²⁷ koji datom znaku pripisuju određena značenja. Zbog toga su odevni znaci uvek i specifični tekstovi naše kulture.

Ujedno, Bart je načinio podelu predmeta mode na osnovu njihovih različitih struktura. Stvarni odevni predmeti imaju materijalnu strukturu i ona se javlja kao izvorni jezik. Za razliku od nje, likovna i verbalna struktura predstavljaju izvedene oblike jezika, budući da slici i opisu odevnog predmeta uvek prethodi neki stvaran odevni predmet. Paralelno ovoj podeli može se napraviti i sledeća razlika. Materijalni odevni predmet, kao proizvodna struktura, čini izvorni tekst. Odevni predmet, kao izvorni ili primarni tekst, dobija značenja od strane subjekata koji ga stvaraju. Na taj način kreatori i dizajneri postaju oni koji stvaralačkim procesom daju određenom predmetu konkretna značenja. Nasuprot izvornim ili primarnim tekstovima mode sekundarni tekstovi ulazili bi u okvire prikazanih odevnih predmeta, te bi kao takvi podrazumevali njihov vizuelni i jezički opis. U tom smislu, sekundarni tekstovi mode obuhvatali bi medijsku konstrukciju značenja odevnih predmeta. Na tom nivou, značenja mode posredovana su različitim mehanizmima reklamne propagande, kao što se vidi iz primera novinskih slika i natpisa koji „preporučuju haljinu za novogodišnje veče” ili „apsolutni *must-have* ove zime!”

Na posletku, postoje i tercijalni tekstovi mode. Oni se svode na značenja koja zadobijaju odevni predmeti kada se uključe u sistem svakodnevne odevne mode. Stoga se tercijalnim tekstovima mode uvek nazivaju upotrebni odevni predmeti. Oni nose značenja koja se razlikuju od primarnih i sekundarnih tekstova mode, budući da u većini slučajeva tercijalni tekstovi mode predstavljaju interakciju svih postojećih značenja odevnih predmeta. U značenjskom smislu oni predstavljaju najkompleksnije strukture značenja, budući da u njima dolazi do fuzije kako primarnih značenja mode, tako i medijski konstruisanih značenja.

Takođe, nije nemoguće da se realnom upotrebom određenog odevnog predmeta iskonstruišu značenja sasvim različita od njegovih primarnih i sekundarnih. Tako su, na primer, poznati razni primeri subverzije značenja u modi, prilikom čega se potpuno menjaju primarna značenja odevnih predmeta. Ujedno, treba napomenuti i to da, iako u nekim slučajevima postoji paralela između sva tri nivoa značenja (primarnog, sekundarnog i tercijalnog), u većini slučajeva uviđa se njihovo razmimoilaženje. Uostalom, tome u prilog najbolje svedoče svi oni primeri odevnih predmeta koji su u načelu stvarani da bi imali jednu, a na kraju su zadobili potpuno drugu svrhu. Takav slučaj potvrđuje primer evolucije džinsa u modi, budući da je ovaj odevni predmet, inicijalno, stvaran kao muška odeća za rad. Kasnije je reprodukovana kao uniseks neformalna odeća, da bi u praksi potvrdio status najpopularnijeg predmeta mode, koji je sasvim porušio granice roda, uzrasta, statusa, prilike itd. To, naravno, ne predstavlja usamljeni slučaj u svetu odevne

²⁶ Reč tekst izvorno potiče od latinske reči *textum* (n) odnosno tkanje. Tekst i podrazumeva jezičko tkanje značenja. Cf. Milan Žepić, *Lexicon Latino-Croaticoserbicum*, Zagreb, Školska knjiga, 1961, 361.

²⁷ Dizajneri, modni kritičari, modni novinari itd.

mode. Naprotiv, primera takvih odevnih predmeta sigurno je više nego primera predmeta koji su, u dijahroniji vremena, uspevali da zadrže svoja *bazična* značenja.

Značenja u odevnoj modi ne mogu biti isključivo vezana za jedan utvrđeni izvor značenja. Naprotiv, značenja u modi neprekidno evoluiraju i intertekstualno se proizvode. Ona su rezultat spoja značenja koja predmetima daju njihovi tvorci, njihovi propagatori i njihovi nosioci. Značenja predstavljaju nestabilne, odnosno otvorene (značenjske) kategorije. Ona variraju u odnosu na socijalni i kulturni kontekst i zato ih je nemoguće proučavati izolovano od okruženja u kojem nastaju. U tom smislu moda jeste jezik, ukoliko se jezik šire odredi kao svaki sistem komunikacije. Moda čini nelingvistički jezički sistem budući da odevni predmeti predstavljaju mehanizme atribucije i širenja društveno relevantnih značenja. Odevni predmeti jesu svojevrsni kulturalni tekstovi i stoga se domen tekstualne produkcije značenja u modi, primarno svodi na analizu odevnog predmeta kao materijalne, proizvodne strukture. Međutim, budući da se značenja mode šire i putem slike i reči, odevni predmet moguće je razmatrati i kao likovni i verbalni tekst. Kako su slika odevnog predmeta i njen jezički opis uvek vezani za medijsku reprezentaciju predmeta mode, sekundarni tekst se u ovom slučaju javlja kao medijski tekst. Na taj način se i moda, koja se širi preko medijskog jezika, analizira kao mehanizam konstrukcije vizuelnih identiteta.

Otvoreni zaključak

Tokom poslednjih nekoliko decenija, u okviru savremenih studija kulture, interdisciplinarne studije mode imaju sve značajnije mesto. Uprkos *demokratskoj* realnosti sfere univerzalne odevne mode, odeveno telo nastavlja da intrigira, a konsekventno moda se posmatra kao *refleks i simptom* društva koje je i *stvara*. Analiza pojedinačnih manifestuma moda, pruža jasan uvid u postojeće sistemske, društvene i kulturne norme. Tako postaje i jasnija ravan na kojoj dolazi do nužnog prožimanja mode kao institucionalne i ekonomske aktivnosti, i odevne mode u smislu pojedinačne, intencionalne upotrebe materijalnih predmeta.

Svaka materijalna potrošnja nešto kulturno označava. Ukoliko ne više, njome se najpre saopštava trenutno odabrani životni stil. Modni artikli biraju se zbog upotrebne vrednosti znaka, koja ih izdvaja iz mase drugih objekata potrošnje. U tom smislu, svako konzumiranje predmeta i slika mode, predstavlja oblik modne potrošnje, kao što i u svakom pojedinačnom stvaranju subjekta, kao identiteta date uloge, moda ima naročit značaj. To je svakako i osnovni razlog zbog kojeg modno konzumiranje ne može biti ekskluzivno ograničeno na modne *poklonike* i konkretne socio-ekonomske grupacije. Naprotiv, moda obuhvata raznovrsne segmente modne potrošnje, te u novim okolnostima postaje sveobuhvatan društveni fenomen.

U skladu sa tim širim određenjem mode koje proizlazi iz aktuelnih studija kulture, nastaju i nove tenzije unutar aktuelne modne teorije. Tako se na primer, usled stvaranja globalnog sveta i *standardizovane* mode, svaki pojedinačni ulazak zapadnih brendova mode, unutar okvira nezapadnjačkih tržišta, potencijalno posmatra kao svojevrsan oblik neokolonijalnog pritiska. Međutim, savremena moda ne bi trebala da bude razmatrana iz ugla novog oblika kulturnog imperijalizma, tim pre, što je u globalni proizvodno-potrošački sistem uključen praktično čitav svet. Uticaji nezapadnjačkih, lokalnih kultura, svojim inovativnim idejama *uzurpiraju* nekadašnji centar, pa modu, koja se policentrično i globalno stvara, krase prevashodno heterogena obeležja. Takođe, budući da nezapadnjačka produkcija trendova mode doživljava ekspanziju aktuelni sistem (post)mode počiva prevashodno na tenzijama između zapadnjačkih i nezapadnjačkih kultura. U skladu s time, vladavina stilskog eklektizma u aktuelnoj modi, strateški se usklađuje sa njenim multikulturalnim okruženjem, kao i zahtevima svetskog tržišta za koje se moda stvara. Taj trend prati kako rastuću fragmentaciju savremenih društava, tako i kompleksne odnose među pojedinim društvenim grupama koji nastaju usled ekspanzije kontakata između različitih kultura.

Uprkos činjenici da moda u savremenom okruženju funkcioniše kao potentno sredstvo nove kulturne diferencijacije, njena retorička moć nosi i određena ograničenja. Modni znak jeste materijalni označitelj kulturnog identiteta, s obzirom da se pojedinci društveno zastupaju putem konstrukcije kulturnih tekstova za sebe, kao i za druge. Ipak, javno prezentovanje određenog identiteta nikad ne podrazumeva prezentovanje samo datog identiteta već i njegovih hibridnih, diskurzivno izvođenih odnosa sa drugim identitetima, u širokom dijapazonu od rasnih, etničkih, klasnih, generacijskih, do profesionalnih. Stoga se i svaka pojedinačna identifikacija javlja kao intertekstualni ishod, prostiranja datog identiteta u dijahroniji vremena. Svakako, to ne znači da se kulturalni identiteti izgrađuju jednostavnom upotrebom odgovarajuće odeće. Naprotiv, u okrilju njene fluidne prirode označavanja površine, spoljašnjeg, vidljivog, zbiva se složeni fenomen prikazivanja subjektivnosti, kroz različite prakse odevanja/razodevanja.²⁸

Iz tog razloga, sferu odevne mode nije pravilno posmatrati kao sferu površnog i zabavnog kostimiranja tela. Upravo suprotno! Sfera odevne mode, kao domen simboličke potrošnje, čini izvrsno polje analize načina na koje pojedinci, konzumaciju specifičnih kulturnih formi, stavljaju u službu ličnih ciljeva, želja i težnji, budući da se svaka pojedinačna identifikacija subjekta sa drugim stvarnim ili idealnim subjektom, zbiva u okvirima socijalnih konvencija sveta u kome pojedinac deluje. Pa iako se kompromisno ispoljavanje oznaka kulturalnih identiteta u modi, uvek odigrava u granicama dopuštenog i društveno prihvatljivog delovanja, ta činjenica svakako ne umanjuje moć mode, da poput drugih vizuelnih medija kulture, u postojećim okvirima iskoristi pravo na kritičko, analitičko, proteorijsko *promišljanje* aktuelnih promena sveta. Naprotiv, aktuelne studije mode sasvim potvrđuju davno naznačenu verovatnoću, da spektakularizovana realnost sveta mode, ispod svoje svetlucave i zavodljive površine, nikad ne ostaje socijalno neutralna i značenjski prazna.

Literatura:

- Barthes, Roland, *The fashion system*, Los Angeles, University of California press, 1983.
- Craik, Jennifer, *The face of fashion. Cultural studies in fashion*, London–New York, Routledge, 1993.
- Daković, Nevena, *Balkan kao (filmski) žanr. Slika, tekst, nacija*, Beograd, FDU, 2008.
- Dorfles, Đilo, *Moda*, Novi Sad, Bratstvo i jedinstvo, 1980.
- Fuko, Mišel, *Istorija seksualnosti. Volja za znanjem*, Beograd, Prosveta, 1976.
- Harrison, Charles, Paul, Wood, (eds.), *Art in Theory 1900–2000: An anthology of changing ideas*, Malden–Oxford–Victoria, Blackwell, 2003.
- Hebdidž, Dik, *Potkultura, značenje stila*, Beograd, Pečat, 1980.
- Klingsöhr, Cathrin Leroy, *Surrealism*, Koln, Tachen, 2004.
- Jestratijević, Iva, *Studija mode: Znaci i značenja odevne prakse*, Beograd, Orion art, 2011.
- Paić, Žarko, *Vrtoglavica u modi: Prema vizualnoj semiotici tijela*, Zagreb, Altagama, 2007.
- Roach, Mary Ellen Higgins, Joanna, Eicher, Kim, Johnson, *Dress and Identity*, New York, Fairchild Publications, 1995.
- Steele, Valerie, *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body and Culture*, NY–Oxford, volume 10, issue 4, 2006.
- Svensen, Laš, *Filozofija mode*, Beograd, Geopoetika, 2005.
- Šuvaković, Miško, *Studije slučaja: Diskurzivna analiza izvođenja identiteta u umetničkim praksama*, Pančevo, Mali Nemo, 2006.

²⁸ Cf. Iva Jestratijević, *Studija mode: znaci i značenja odevne prakse*, Beograd, Orion art, 2011.

- Šuvaković, Miško, *Pojmovnik suvremene umjetnosti*, Zagreb–Ghent, Horetsky–Vlees & Beton, 2005.
- Taylor, Lou, *The Study of Dress History*, Manchester–New York, Manchester University Press, 2002.
- Žepić, Milan, *Lexicon Latino-Croaticoserbicum*, Zagreb, Školska knjiga, 1961.

Intruduction to Fashion Studies

Summary: Though by the last decade of twentieth century the clothing sphere was observed from various one-dimensional perspectives, the accelerated development of cultural studies helped overcome all flaws of previous approaches to this demanding social and cultural practice. Fashion studies become one of integral subsystems within contemporary cultural studies what made a great step in the movement from classical costumes study as a credible element of material culture (as it was treated by ethnological, anthropological and historical studies) towards the clothing study as a symbolic text, which once just as a trace/artifact in diachronic time now also functioned as the sign for social and ideological affiliation, sexuality and chosen lifestyle. Fashion studies define clothing potentially as a text and a picture, an ideological sign but also as the subject of massive consumption. However, clothing is primarily defined in relation to the body. In that sense, the body and clothing make an indissoluble whole, which changes in line with changes dictated by the environment, cultural and social context of the realization of the individual existence by presenting a succession of incoherent cultural identities.

Keywords: fashion studies, fashion, text, sign, textual theories, cultural identities, subculture;