

Gilles Lipovetsky: Říše pomíjivosti

Móda a její úděl v moderních společnostech

Z francúzskeho originálu *Empire de l'éphémère. La mode et son destin dans les sociétés modernes*, vydaného v roku 1987, preložil Martin Pokorný.

Praha, Prostor 2010. 428 s.

Filozofia ponúka množstvo spôsobov rozmanitosti nazerania na svet. Zároveň otvára priestor prienikov rôznych súčastí ľudského bytia a spoločenského pohybu. Rovnako ponúka priestor pre diskusiu, prepojenie a lepšie pochopenie ľudského správania. Jednou z takýchto oblastí, ktorá sa zdanlivo nemusí hneď vzťahovať k tradičnej filozofii, je móda. Hlbším pochopením významu formovania módy získame pohľad na spoločnosť – jej normy, trendy, aktuálne rozpoloženie, ktoré je platné nielen pre aktuálnu dobu, ale aj ako odraz historického zdieľania mýlnikov.

Gilles Lipovetsky ponúka priestor pre nazeranie na módu v štrukturálnom vnímaní spoločnosti. Publikácia *Říše pomíjivosti* je novodobým dielom, ktoré nesie unikátne posolstvo o módnjej kultúre, ktorá je viac ako len oblečenie, ako kúsok látky, ktorá spĺňa funkciu skrášlenia a ochrany kože. Ide o hlboké prieniky, prostredníctvom ktorých je možné vnímať, opísať a interpretovať spoločnosť v jej chronologickom usporiadaní.

Každé obdobie so sebou prináša rozdielne požiadavky na módu, ktorá sa kontinuálne rozvíja do iných podôb. Odkaz dobového oblečenia so sebou nesie aj prezentáciu danej doby, spoločnosti, spoločenského usporiadania a spoločenskej stratifikácie. Na základe vonkajšieho vzhľadu a oblečenia je možné skúmať nerovnomerné postavenie ľudí v spoločnosti. To je možné vnímať cez rôznorodosť strihov, látok a farieb, ktoré sa striedajú so zdanlivou rovnocennosťou.

Obsahovo je kniha široko koncipovaná. Základné rozdelenie prislúcha dvom nosným kapitolám. V prvej časti sa autor venuje móde v aristokratickom období, móde jedného storočia a otvorenej móde. Druhá časť reprezentuje zvodnosť v móde, reklamu, módné médiá, ideológie a postupný pokles spoločnosti. Ide teda o chronologické usporiadanie období, v ktorých sa móda formovala. Ústredná myšlienka je postavená na koncepte, že móda nie je vnímaná len ako šatstvo, ktoré ma ochrannú funkciu, ale zároveň ako objekt, ktorý dokáže esteticky vyjadriť potreby danej spoločnosti.

Autor prostredníctvom analýzy oblečenia ponúka optiku myslenia, cítenia a vnímania ľudí danej doby. Chronologicky prechádza od vnímania odevu v primitívnych spoločnostiach, kedy odev splňal len ochrannú funkciu, k móde v pravom slova zmysle. Toto obdobie sa datuje okolo 14. storočia, kedy sa objavuje príznačný diferencujúci rozdiel medzi odevom žien a mužov. Najväčším rozdielom vtedy bolo formovanie tela oblečením, ktoré postavy žien zahaľovalo cez voľné dlhé šaty, zatiaľ čo tela mužov zvyrazňovalo prostredníctvom upnutých oblekov a opaskov. V tomto znaku je možné vnímať nerovnomerné postavenie žien a mužov.

Ďalší posun vo vnímaní postavenia nastáva podľa autora až v 20. storočí, kedy začína byť ženský odev prispôbený ženskej postave a zvyrazňuje ju. Autor v tejto súvislosti zároveň poukazuje na to, že móda ako taká nie je postavená len na trendoch, ktoré v určite dobe prevažujú vo spoločnosti. Rovnako ide aj o otvorený koncept všetkého, čo danú dobu tvorí. Ide o obraz žien v spoločnosti, ich práv, funkciu rodiny a postavenie detí. Všetky tieto aspekty dotvárajú obraz danej spoločnosti, ktorého vyvrcholením je to, ako sa ľudia obliekajú. Teda nielen módné trendy určujú to, čo sa v danej dobe nosí, určujú to hlavne spoločenské podmienky. Prostredníctvom nazerania na módu teda môžeme pochopiť širší koncept spoločnosti, ktorý nám vytvára obraz o tom, ako sa vyvíja a vyvíjala.

Druhou kapitolu autor začína polemikou o tom, kde móda začína a končí v dobe explózie spotreby, reklamy a médií, masových zábav, hviezd a šlágrův. Autor si kladie otázku: Čo všetko je ovládané módou, ktorá si podriaďuje svet vecí, kultúry a diskusií? V tejto súvislosti Lipovetsky zavádza špecifický pojem „*dokonaná móda*“. Je to móda, ktorú môžeme vnímať ako dokončenú či uskutočnenú. Vyznačuje sa otvoreným vzťahom k ideálu nového prostredia demokratických hodnôt a zároveň reflexiou zrýchlených historických premien, väčšou kolektívnou otvorenosťou, odolnosťou voči budúcnosti a oddaným prístupom k slastiam prítomnosti.

Rozpúšťajú sa tradičné ideály, rozpadajú sa tradičné formy spoločenského styku a rozbieha sa neustála cirkulácia materiálnych vecí stimulujúcich zmysly. Pričom zatiaľ poslednou fázou módy je podľa autora znížený spoločenský odpor voči zme-
ne. Toto podnecuje ľudstvo, ktoré je vedomejšie historické a prijíma nárok na ďalší
rast demokratizácie.

Autor akcentuje dôležitosť nazerania na spotrebnú spoločnosť skrze fenomén
módy. Prostredníctvom empirického pozorovania je ju možné charakterizovať re-
fektovaním vyššej životnej úrovne, hojnosti obchodu a služieb, kultúrnej činnosti,
voľného času, hedonistickej a materialistickej morálky. Štrukturálne je jej jadro vy-
medzené zovšeobecnením pojmu móda. Súčasná spotrebná spoločnosť nás núti
kupovať *neustále nové veci*, ktoré sú buď skutočnou novinkou, alebo – častejšie
– obsahujú nejaké malé zlepšenia zaisťujúce vyšší komfort oproti predchádzajú-
cemu modelu.

Produkcia týchto nových vecí je určovaná masovou výrobou a spotrebou. Je to
neúprosný zákon. Firma, ktorá pravidelne nevytvára nové modely, stráca v spo-
ločnosti svoje postavenie. Dopyt a ponuka sú poháňané novosťou. Tá sa odzrkad-
ľuje takmer v každej oblasti ľudského dopytu. Ide o výrobu nových modelov aut,
nových typov elektroniky, ale rovnako aj spotrebného materiálu alebo potravín.
Príkladom môže byť značka Coca-Cola, ktorá práve v spotrebiteľsky vypätom ob-
dobí začala vytvárať ďalšie nové výrobky, ktoré ponúkajú ten istý produkt v iných
variantoch, ako sú napríklad light, bezkofeínové alebo ochutené nápoje.

V centre módného vývoja dnes stojí priemyselný dizajn. Tento je – na rozdiel
od predchádzajúceho – charakteristický tým, že nemá lahodiť oku farbami alebo
svojím vzhľadom. Prvoradá je vyššia garancia funkčnosti, stability alebo zmena
veľkosti. Tieto podmienky majú vyhovovať modernej priemyselnej výrobe. Práve
tu prichádza do popredia „haute couture“ prostredníctvom centralizovania mód-
nych trendov priemyselnej a estetickéj funkcie.

Dôraz je v dnešnej dobe kladený hlavne na *odlišnosť*. Motivácia spotrebiteľov sa
neodvíja od užitočnej hodnoty produktov, ale od ich konformity a spoločenskej od-
lišnosti. Všetky módné produkty sú len výkazy príslušnosti k určitej spoločenskej
vrstve, prostriedky spoločenského značenia a rozlišovania. Pôsobí ako znak mobi-
lity. Funkciou odvážnych módných novinek je udržať si odstup, odlíšiť sa od čo naj-
väčšieho počtu ľudí, ktorí nie sú schopní si hneď zaobstarat' nový trend. Ide teda
predovšetkým o to odlíšiť privilegované vrstvy, ktoré si môžu hneď kúpiť formál-
ne inovácie predmetov. Cieľom nie je módna novinka, ale *znak odlíšenia*.

Naša doba je špecifická najmä tým, že človek už nemôže byť naviazaný na ma-
teriálne veci, ktoré sa až príliš rýchlo menia. To, čo človek má, je len aktuálnym pre-
bytkom, a ten sa môže rýchlo vymeniť za iný trend. V tomto zmysle sa móda zba-
vuje skutočnosti a svojej vlastnej vnútornej podstaty, ktorou je primárne pomôcť
homogénnemu kultu užitočnosti a novosti. *Čokoľvek vlastníme, to takisto meníme*.
Ide o demokratizáciu materiálneho sveta.

Významné postavenie naberá aj reklama, ktorá predstavuje zviditeľnenie všetkých noviniek v konzumnej spoločnosti. Využíva to aj politika a politická sféra v súčasnej dobe v módnjej oblasti nijako nezaostáva. Autor deklaruje, že reklamný svet zmenil svoju podstatu. Agresívne motivované plagáty a billboardy nahrádzajú podoby usmievavých politikov, ktorý sa usmievajú s nevinnosťou detí a s kravatami vľajúcimi vo vetre. Reklamní odborníci prijali návrh na nové politické vyjadrenie, ktoré by malo byť „IN“ a je nutné jeho prostredníctvom zaistiť rozptýlenie. Aktuálne volebné kampane sa nevyhýbajú ani vtípom a imitáciám. Neustále rastie množstvo plagátov a sloganov, ktoré sa k divákom obracajú v citlivom, emotívnom a psychickom tóne. Hovoriť pravdu už nestačí, je nutné povedať to, čo ľudí nadchne, elegantným spôsobom a s príslušnou dávkou humoru.

Miesto módy v spoločnosti je nespochybniteľné. Jej podoba a funkcia sa však v súčasnosti nestáva len odrazom spoločnosti, ale je tomu aj naopak: móda spoločnosť kreuje a poháňa. Filozofické analýzy v recenzovanej publikácii pomáhajú čitateľom vnímať módu ako neoddeliteľnú súčasť spoločenskej zmeny. Pochopením histórie a vývoja módy je možné lepšie pochopiť fungovanie súčasnej spoločnosti, ktorá prostredníctvom módy determinuje vnímanie, myslenie aj cítenie.

Natália Vranková

Filozofická fakulta Prešovskej univerzity v Prešove, Prešov
natalia.dvorscakova@smail.unipo.sk

Beáta Balogová

Filozofická fakulta Prešovskej univerzity v Prešove, Prešov
beata.balogova@unipo.sk