

Adrianna Grudzińska-Pham
Akademia Sztuk Pięknych im. Władysława Strzemińskiego w Łodzi

Narodziny *street style* nowy rozdział w historii mody

Od drugiej połowy XIX wieku przez ponad sto lat nowe trendy tworzone były przez wielkich, paryskich projektantów. To ich naśladowali krawcy i styliści w całej Europie oraz Stanach Zjednoczonych. Ten system powstawania i rozpowszechniania trendu załamał się mniej więcej w 1960 roku, głównie ze względu na liczne rewolucje społeczne i kulturowe.¹ Wtedy narodził się królujący do dziś *street style*, czyli tak zwana moda ulicy, która na przełomie lat pięćdziesiątych i sześćdziesiątych XX wieku wyparła *haute couture*.

1. L. Welters, *The Fashion Reader*, Berg, Oxford 2007, s. 311.

W tym czasie w wielu państwach wybuchały rozruchy – przede wszystkim rewolta studencka wobec panującego systemu wartości, polityki i kultury – wyracające spokojne życie do góry nogami. Jak grzyby po deszczu pojawiali się kolejni buntownicy, którzy razem z podobnie myślącymi rówieśnikami formowali się w subkultury. Pierwszą taką formacją o charakterze pokoleniowym byli amerykańscy bitnicy, których cechował niechlujny ubiór, negacja konsumpcjonistycznego stylu życia i zainteresowanie filozofią buddyjską. Tymczasem pierwszą subkulturą, jaka w tym samym czasie powstała w PRL, byli bikiniarze, utęsknieni za wolnością i beztroskim konsumpcjonizmem Stanów Zjednoczonych, ekstrawaganci w swoich czerwonych dodatkach, zabawnych krawatach i butach na „słoninie”. Później dochodzili kolejno hippisi, punki, skinheadzi. Choć mieli tak bardzo odmienne postulaty, wspólnie przyczynili się do przejęcia dyktatu trendsetterskiego przez bardzo młodych ludzi. „Antymoda”², którą tworzyli wywodzący się z niższych warstw młodzi ludzie, nie pozostawała trendem buntującej się ulicy, tylko ogarniała wszystkie grupy społeczne, zarówno dzieci jak i dorosłych.

Do pierwszej połowy XX wieku inspiracje „ulicą” zdarzały się niezmiernie rzadko. Pierwszy duży krok zrobił Yves Saint-Laurent w 1960 roku. Zaprojektował on kolekcję dla domu mody Diora, zainspirowaną Beat Generation Style. Niestety, nie odniosła ona sukcesu, gdyż odbiorcy *haute couture* uznali ją za zbyt wulgarną i przypominającą wygląd chuliganów z paryskich slumsów. Co zaskakujące, w tym samym czasie w Stanach, hippisi zaczęli chodzić w swoich swobodnych stylizacjach złożonych z wytartych jeansów, luźnych bluz i rzeczach z lumpeksów. Wielcy kreatorzy skierowali swe oczy nie na wybiegi Paryża, czy szafy europejskich monarchów, tylko na młodych, zbuntowanych ludzi z miejskich aglomeracji. Ich łamiące obyczaje stylizacje stały się inspiracją, dla doświadczonych projektantów do stworzenia luksusowych wersji ubrań.

Nowy rozdział w historii ubioru zostaje oficjalnie otwarty. Od tego momentu trendy zmieniają się jak w kalejdoskopie. Moda streetowa ma decydujący wpływ na mainstream, a anonimowe nastolatki, młodzi ludzie z ulic wielkich miast dyktują trendy całemu światu. To zadanie spoczęło na barkach młodzieży, gdyż, jak twierdzi Rene Köning, po II wojnie światowej najważniejszą kategorią tworzenia mody stał się wiek. Młodzież jako grupa wyjątkowo skłonna do prowokacji, szukania własnych środków wyrazu jest najbardziej otwarta na nowe pomysły. Oczywiście charakter tej grupy wiekowej przez stulecie nie zmieniał się, lecz popis swoich możliwości dała ona dopiero po II wojnie światowej, kiedy po ciężkich czasach dewaluacji wartości moralnych nie powrócono już do utrwalonych obyczajów. Ponadto w krajach Europy Zachodniej, już kilka lat po wojnie zaczął panować dobrobyt, który zachęcał młodych ludzi do beztroskiego życia. Warunki sprzyjały eksperymentom modowym, do których przyczyniły się: posiadanie wolnego czasu, własne pieniądze, ale także i rozkwit kina.

Młoda moda

Gwiazdy filmowe, a także gwiazdy rock and rolla, odgrywały swe wielkie role zarówno na ekranie, jak i w procesie kształtowania tożsamości cieszących się pokojem młodych Europejczyków. Ku wielkiemu niezadowoleniu rodziców, dzieci świadomie odrzucały ich styl ubierania się i naśladowały wygląd oraz sposób zachowania i mówienia

2. A. Pełka, *Teksas-land. Moda młodzieżowa w PRL*, Wydawnictwo Trio, Warszawa 2007, s. 14.

swoich idoli.³ René König⁴ zauważał, że w przeciwieństwie do odzieży, która pełni funkcję wyłącznie ochronną, moda jest zjawiskiem zarówno estetycznym, społecznym, jak i politycznym. Zdaniem Rolanda Barthesa moda jest obrazem otaczającego świata,⁵ a zatem jest istotnym zjawiskiem społecznym, dzięki któremu dowiadujemy się wiele o sobie i swoich tęsknotach. Świadomi tej ogromnej mocy i znaczenia mody byli politycy. Kraje, w których panował system demokratyczny, znacznie łatwiej przyswajały indywidualne pomysły młodzieży na wyrażanie siebie poprzez ubiór. Z tolerancją znacznie gorzej radziły sobie państwa monopartyjne i totalitarne. Ideolodzy partyjni PRL doskonale zdawali sobie sprawę z siły, jaką dysponują młodzi ludzie. Chcąc zdusić drzemiącą w nich pokusę wyróżnienia się i sprzeciwienia otaczającej rzeczywistości, władze zdecydowały, że trendy lansowane będą odgórnie – przez przedsiębiorstwo państwowe – w Polsce zajęło się tym „Biuro Mody” pod kierownictwem Jadwigi Grabowskiej.⁶ Mimo jej starań, w gospodarce wiecznego niedoboru surowców, nie było szans na stworzenie atrakcyjnych dla odbiorców rozwiązań. Problemem było też niedostrzeganie przez Grabowską potrzeb młodzieży, która tak samo jak jej rówieśnicy z Europy i Stanów Zjednoczonych, stanowiła zwartą i skorą do eksperymentów grupę. Zmuszona do kupowania ujednoliconych, narzuconych jej siłą ubrań, dopatrywała się w modnym, opartym na zachodnich wzorcach ubraniu, namiastki upragnionej wolności.

Blue jeans – przykład trendu XX wieku

W Europie Zachodniej polifonia głosów dyktujących modę, równoległe istnienie wielu trendów, które wędrowały z dołu drabiny społecznej ku jej szczytowi, a swoim zasięgiem obejmowały całe społeczeństwo, były skutkiem postępującej demokracji. Emancypacja kobiet, powszechne wybory, wolność słowa miały swój oddźwięk w świecie mody. Dawniej podziałowi klasowemu odpowiadały stosowne dla każdej grupy stroje. Od lat pięćdziesiątych XX wieku, te same trendy na równych zasadach trafiają do całego społeczeństwa. Przykładem może być jeden z największych i najbardziej trwałych trendów, który króluje do dziś, a swe początki ma jeszcze w latach osiemdziesiątych XIX wieku – *blue jeans*. Wymyślone zostały przez Leviego Straussa, Żyda niemieckiego pochodzenia, z myślą o amerykańskich robotnikach i poszukiwaczach złota. Szyte z tkaniny bawełnianej o splocie skośnym, wzmacniane podwójnym szwem i miedzianymi nitami były wytrzymałe i wygodne.

Ze względu na praktyczność i rosnącą popularność spodni Strauss zaczął sprzedawać je farmerom (wtedy też stały się nieodłączną częścią stroju kowbojskiego), a później także marynarzom. Do Europy trafiły razem z żołnierzami podczas II wojny światowej, a upowszechniły dopiero w II połowie XX wieku. Produkowane były już nie tylko przez Straussa, ale także przez firmę Lee i Wrangler. Spodnie farbowane na niebieski kolor spopularyzowali filmowi idole – James Dean („Buntownik bez powodu”, 1955) i Marlon Brando („Tramwaj zwany pożądaniem”, 1951) – wcielający się w role twardzieli,

3. A. Pełka, *op. cit.*, s. 14.

4. R. König, *Potęga i urok mody*, tłum. J. Szymańska, Wydawnictwa Artystyczne i Filmowe, Warszawa 1997.

5. R. König, *op. cit.*, s. 9.

6. A. Pełka, *op. cit.*, s. 22.

którzy do bardzo obcisłych džinsów wkładają T-shirt⁷ – dotychczas noszony tylko pod spodem, jako bielizna. Zapatrzona w nich młodzież szybko zaadaptowała trend na swoje potrzeby. Doceniając symboliczny wymiar tych spodni (sprzeciw wobec sztucznie narzuconym regułom), różne subkultury, często bardzo dalekie od siebie, dostosowywały je do swojej stylistyki tak, aby stworzyć całościowy wizerunek kojarzony z buntem. Ten schemat zastosowali hipisi, którzy stworzyli „dzwony”, czyli rozszerzające się od kolana w dół dzinsy. Kolejna wersja wykorzystania džinsów – punkowa – wymagała pocięcia i przetarcia spodni, tak aby nadać im zniszczony, znoszony wygląd. Fantazję młodzieży podchwycili wielcy projektanci: Ralph Lauren, Giorgio Armani i Calvin Klein, którzy jako pierwsi wprowadzili dzinsy do swoich kolekcji – tak narodziły się *designer jeans*. Projektanci *haute couture* odnieśli wielki sukces i wypromowali spodnie, oryginalnie wymyślane dla pracowników fizycznych, wśród osób zamożnych, wykształconych i eleganckich. Nie zniechęciło to jednak nowych pokoleń młodzieży do džinsów oraz poszukiwania ich nowych form i proporcji. Lata dziewięćdziesiąte XX wieku należały do hiphopowców i wylansowanych przez nich szerokich spodni z mocno obniżonym krokiem. Ponad stuletnia historia džinsów doskonale obrazuje proces powstawania, rozpowszechniania i interpretacji trendu przez kolejne grupy społeczne. Dżinsy stały się z jednej strony kultowym, a z drugiej klasycznym elementem współczesnego stylu – i to zarówno elit, jak i nizin społecznych.

Moda a globalizacja

Światowa kariera džinsów i T-shirtów to także efekt postępującej globalizacji. Ogromny wpływ na modę, pod koniec XX wieku, miał rozwój techniczny i związane z nim media – od telewizji poczynając, na Internecie kończąc. Pomogły one w promocji produktów i upodobań w odpowiednich dla nich grupach opartych na płci, wieku i stylu życia. Dostarczały też informacji o tym, co działo się nie tylko w kraju, ale i na drugim końcu świata. Wiedza o wydarzeniach na całym świecie, świadomość konfliktów, rozruchów w innych państwach, możliwość zobaczenia życia innych kultur, ich obyczajów, sposobu bycia, ubierania, wykreowały to, co McLuhan nazwał globalną wioską. Popularny w Europie styl etniczny, patchworki amerykańskie, indiańskie kolorowe tuniki – elementy wielu kultur zostały zreinterpretowane przez światową społeczność i stworzyły eklektyczną mieszankę, która stała się wspólnym stylem Europy Zachodniej.⁸

Świat stał się globalną wioską również za sprawą rozwoju środków transportu i ułatwień komunikacyjnych. Podróżowanie przestało być zarezerwowane dla garstki bogatych wybrańców, a składanie wizyt przez oficjeli państwowych i celebrytów było na porządku dziennym. Dzięki telewizji odwiedziny ważnych osobistości cieszyły się powszechnym zainteresowaniem milionów ludzi. Śledzony przez telewidzów przyjazd amerykańskiej pierwszej damy Jackie Kennedy, do Paryża w 1961 roku, miał znaczenie nie tylko polityczne. Baczni obserwatorzy docenili wypracowany przez Olegę Cassiniego styl prostych, pudełkowych garsonek w podstawowych kolorach, dzięki któremu prezydentowa wprowadziła modę amerykańską na salony.⁹

7. A. Pełka, *op. cit.*, s. 9.

8. J. Blanco, *The Postmodern Age 1960-2006, The Fashion Reader*, Berg, Oxford 2007, s. 59.

9. *Ibidem*, s. 60.

Telewizja już w latach pięćdziesiątych zainicjowała programy kulturalne, które zdawały relacje z głośnych wystaw, koncertów, pokazów. Dzięki nim całe rzesze społeczeństwa miały dostęp do tego, czym żyła młodzież w kolebkach mody, takich jak Londyn czy Paryż. Mały ekran spopularyzował twista, a dzięki transmitowanym koncertom Beatlesów na ulicach pojawili się młodzi ludzie z fryzurami „na bitelsa” („mop top”). Telewizja stała się istotnym medium opinio- i trendotwórczym, z którego pełnymi garściami czerpali wszyscy ciekawi modowych nowinek.

Kwestia płci

Galopujący postęp cywilizacyjny i społeczny, a także wzrost znaczenia jednostki i emancypacja kobiet miały silny wpływ na kształtujące się trendy. Możliwość indywidualnego podejścia do tematu mody ośmieliła kobiety i rozbudziła w nich większe pragnienia. Płeć piękna dostrzegła w podziale mody na damską i męską, czynnik ograniczający ich wybór, a także zamykający ich styl w ciasnym pojęciu kobiecości. Rewolucja seksualna przelomu lat sześćdziesiątych i siedemdziesiątych wynikała z ich potrzeby wolności i większych swobód związanych z seksem, obyczajowością i dostępem do środków antykoncepcyjnych. Za twórcę najważniejszego symbolu rewolucji seksualnej – spódniczki mini – uważa się Mary Quant, pierwszą projektantkę, której udało się skomercjalizować modę młodzieżową.¹⁰ Moda mini była rewolucją, ponieważ odzwierciedlała przemiany zachodzące wewnątrz społeczeństwa. Choć ze względu na kontrowersyjną długość jej początki były trudne, kobiety nie zrezygnowały z trendu, którym mogły manifestować swoją niezależność. Historia mody mini to kolejny omawiany przykład przejścia trendu „ulicy” przez elitarną *haute couture*.

Kobiety nie poprzestały na mini i dalej powiększały zakres swojej garderoby. Pomógł im w tym Yves Saint-Laurent, który wzbogacił szafy pewnych siebie, młodych kobiet o eleganckie spodnie i żeńską wersję smokingu. Wszechobecne dziś spodnie rozpoczęły długotrwały proces androgenizacji sylwetek obu płci, co dla kobiet było urzeczywistnieniem równouprawnienia. Chłopięca sylwetka Twiggi, upowszechniające się spodnie i szorty, zaakceptowana moda mini, a także próby przekonania mężczyzn do spódniczki, spowodowały zatarcie klarownych granic między modą męską a żeńską i uformowały tendencję zmierzającą w kierunku mody unisex. Rewolucja seksualna dotyczy także środowisk homoseksualnych. Preferowany przez nich styl pierwotnie służył, jako subtelny kod pozwalający na identyfikację z grupą. Z czasem jednak upowszechnił się na tyle, że zyskał miano męskiej elegancji, akceptowanej też przez większość heteroseksualnych mężczyzn.

Znaczenie sceny muzycznej w kreowaniu wizerunków młodych pokoleń XX wieku

Przez kolejne dekady wpływ sceny muzycznej na kształtowanie mody ogólnościatowej zwiększał się. Już w latach sześćdziesiątych w ślad za Beatlesami i Rolling Stonesami podążały miliony chłopców, którzy zapuszczali włosy i świadomie sprzeciwiali się utartym wzorcom pochwalanym przez ich rodziców.

10. A. Pełka, *op. cit.*, s. 72.

Kolejne pokolenia młodych muzyków pochodzących z Londynu i Nowego Yorku wywodziły się z subkultur, a ich wizerunek sceniczny odpowiadał aktualnym tendencjom kształtowanym przez „ulicę”. Olbrzymia popularność takich gwiazd jak Sex Pistols, David Bowie czy Bob Marley przyczyniła się do rozpowszechnienia trendów z Londynu czy Nowego Yorku wśród ludzi żyjących z dala od centrów modowych. Vivienne Westwood, „królowa punku”, blisko związana ze wspomnianym zespołem punkowym Sex Pistols, wykreowała styl łączący anarchistyczną ideologię, wystylizowane na zniszczone ubrania i odważne atrybuty (zahaczające wręcz o stylizację sadomasochistyczną).¹¹ Fani muzyki najpopularniejszych grup używali w swoim ubiorze tego samego kodu, dzięki czemu ich upodobania muzyczne, a także przekonania ideologiczne, były widoczne na pierwszy rzut oka.

Początek lat osiemdziesiątych to czas narodzin pierwszej muzycznej telewizji – MTV, doskonałego połączenia muzyki, rozrywki i mody. Występujący w niej prezenterzy i muzycy ubrani byli z taką fantazją i brawurą, że stali się ikonami mody naśladowanymi przez fanów na całym świecie, którzy marzyli o kolorowych, przeładowanych strojach Prince’a lub seksownych, wydekoltowanych kreacjach Madonny.

Postmodernizm lat osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych XX wieku

Kulturę ostatniego ćwierćwiecza charakteryzuje postmodernizm. Był on wyrazem fali krytyki współczesnego świata, racjonalizmu i próbą przełożenia zmiany tradycyjnego sposobu myślenia. Nowi twórcy dokonywali dekonstrukcji osiągnięć artystycznych swoich poprzedników i na dowolnych zasadach łączyli je z nowymi elementami. Wybiórczy dobór elementów inspiracji, odległych od siebie czasowo i stylistycznie, dawał olbrzymią swobodę wypowiedzi oraz poszukiwania nowych środków wyrazu, poprzez reinterpretację dotychczasowych trendów.

Od tego momentu w modzie nie wykrystalizował się już żaden autonomiczny styl. Dowolność łączenia form, elementów ubioru innych kultur, szczególnie pozaeuropejskich, brak dosłowności w cytowaniu sprawy, że moda stała się zabawą, tworzeniem nowej jakości przez swobodne reprodukowanie przeszłości. Do niedawna „antymoda”, uważana za mocno eksperymentalną domenę „ulicy”, zadomowiła się w elitarnych salonach *haute couture*. Postmodernistyczne widzenie świata przypadło do gustu takim projektantom jak Franco Moschino, który odwołał się do wrażliwości surrealistycznej i symbolizmu, a Marc Jacobs połączył ekskluzywny kaszmir z hippisowskimi dżinsami z koralikami.¹² Zapowiedzią uspokojenia przeładowanego stylu postmodernizmu europejskiego był sukces, jaki w 1982 roku odnieśli Rei Kawakubo i Yohji Yamamoto podczas pokazu swoich kolekcji w Paryżu. Japońscy projektanci pokazali światu zupełnie inne spojrzenie na kwestię mody, które szybko stało się synonimem awangardy i minimalizmu. Ascetyczny sposób myślenia o formie i treści ubioru pomógł znaleźć im miejsce na światowym rynku, a także w sercach kolejnych pokoleń Europejczyków.

11. J. Blanco, *op. cit.*, s. 63.

12. J. Blanco, *op. cit.*, s. 68.

Kultura młodzieżowa, która dziś ma zasadniczy wpływ na kreowanie trendów, jest pojęciem bardzo nieprecyzyjnym. W jej skład wchodzi wiele subkultur, zwykle oddalonych od siebie stylistycznie i ideowo. Aczkolwiek, wewnątrz nich panuje spora precyzja i posłuszeństwo narzuconym zasadom stylistycznym. Gdy stajemy się częścią danej subkultury czy grupy, przejmuje ona kontrolę nad częścią decyzji, jakie podejmujemy względem swojego wyglądu.¹³ Szczególnie dotyczy to idoli czy jej czołowych reprezentantów. Świadczy to o szczególnej sile oddziaływania grup pokoleniowych na jej członków. To one wspólnie tworzą *street style*, najbardziej wpływowy styl, który współcześnie odgrywa kluczową rolę na scenie modowej.

Bibliografia

1. Blanco Jose, 2007, *The Postmodern Age 1960-2006*, The Fashion Reader, Berg, Oxford.
2. König René, 1997, *Potęga i urok mody*, tłum. J. Szymańska, Wydawnictwa Artystyczne i Filmowe, Warszawa.
3. Lynch Annette, Strauss Mitchell D., 2007, *Changing Fashion*, Berg, Oxford.
4. Pełka Anna, 2007, *Teksas-land. Moda młodzieżowa w PRL*, Wydawnictwo Trio, Warszawa.
5. Welters Linda, 2007, *The Fashion Reader*, Berg, Oxford.

13. A. Lynch, Mitchell D. Strauss, *Changing Fashion*, Berg, Oxford 2007, s. 131.

Adrianna Grudzińska-Pham**THE BIRTH OF THE STREET STYLE – A NEW CHAPTER IN THE HISTORY OF FASHION**

The article refers to the evolution of the street style shown from its beginnings till the end of the 20th century. The sex revolution, the invention of television or the mini skirt are just a few examples out of several crucial innovations and historical events that have made turning points of the 20th century fashion. Current street fashion would not exist without 20th century subcultures and their influence on high fashion designers and uprising trends.

Keywords: street style, subcultures, sex revolution, jeans, revolt, trend

Słowa kluczowe: street style, subkultura, rewolucja seksualna, jeansy, bunt, trend

Biogram

mgr Adrianna Grudzińska-Pham

Asystentka w Pracowni Projektowania Ubioru III prof. Sylwii Romeckiej-Dymek oraz kierowniczka kierunku Moda, Stylizacja, Trendy w ramach Studiów Podyplomowych na Akademii Sztuk Pięknych w Łodzi.

Mail: ada.grudzinska@gmail.com