

PAMESTA GALVA: APIE MADOS AUKĄ

Rašė Lucija Adomaitė

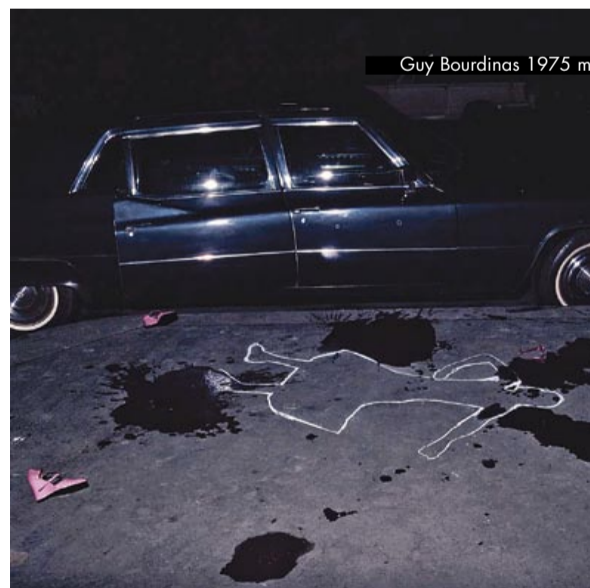
Prancūzų mados fotografijos legenda Guy Bourdinas išgarsėjo savo provokuojančiais ir surrealiais kadrais, kuriuose fatališkos moteriškos kojos atplyšdavo nuo kūno ir įgaudavo autonomišką gyvenimą. Teatrališkuose ir nuodugnai apgalvotuose kadruose fotografas kūrė radikalią mados alternatyvą, kurioje iki tol prėska ir vienpusiška mados dinamika prisipildė žiūrovo vaizduotę audrinančiomis hipotetinių siužetų galimybėmis.

Detektyvinius ir kriminalinius siužetus G.Bourdinas ėmė nagrinėti dirbdamas su legendiniu avalynės dizaineriu prancūzu Charlesu Jourdanu. Viename tokių 1975-aisiais darytų kadrių matyti juodas „Lincoln“ automobilis, tamsią naktį pakliuvęs į tragišką ir galbūt gyvybių nusinešusių avariją. Čia it pienas boluoja kreida apibrėžta vieta, kurioje buvo rastas nukentėjusiosios siluetas. Tarp tepalų, kraujo ir kitų neaiškios kilmės dėmių, pasklidusių ant pilko šaligatvio, matyti ir pora galbūt tragiško susidūrimo nublokštų naujūtelių rožinės spalvos aukštakulnių, kurie tarsi didelės nelaimės liudininkai prabilis apie tai, ką jiems teko patirti. Pirminiame G.Bourдино sumanyme šią sceną lydėjo dar viena nuotrauka, kuri vaizdavo nuo kruvino moters torso atitrūkusią galvą. Sunkiai sužalota G.Bourдино nuotraukos herojė tapo gyvu įrodymu to, kokie pavariai yra Ch.Jourdan'o prekės ženkl'o bateliai. Vadinasi, mada gali (pra)žudyti. Nuo jos nukentėjusiuosius vadiname mados aukomis, tačiau ką iš tiesų toks terminas reiškia?

ESTETINIS NESAIKINGUMAS

Terminas „fashion victim“ (liet. „mados auka“) turi per 7 mln. „Google“ paieškos rezultatai. Kembridžo žodynas šį terminą aiškina taip: „Žmogus, visada dėvintis labai madingus drabužius, net tada, kai tie drabužiai atrodo kvailai.“ Šis kvailumo ir perdėto nesaikingumo momentas yra akcentuojamas bene visuose termino aiškinimuose. Čia kalbama ne tik apie prastą ar netikusį drabužio pasirinkimą, kuris turi potencialą sukelti savotišką išvaizdos farsą, bet ir apskritai apie tokio kritiško pasirinkimo nebuvimą. Neišvengiamai pereiname prie universalaus skonio (pranc. „le goût“) klausimo, kurio socialinė di-

PASAK PRANCŪZŲ MAŠTYTOJO GILLES LIPOVETSKY, MADĄ ŽMONĖS APSKRITAI YRA LINKĖ TAPATINTI SU TAM TIKRU MANIERINGU ELGESIU.



Guy Bourdin 1975 m.

namika ir kultūriškai angažuotas pagrindas lemia tai, kad vienas skonis gali būti geresnis už kitą skonį. Prancūzų sociologas Pierre'as Bourdieu aprašė teisingą skonį – „skoningą skonį“ – kaip galios įrankį, kuriuo pasinaudodamas meno elitas sugeba išlaikyti savo įtakos pozicijas konkurencingoje kultūros produkcijos rinkoje. Tačiau šiuolaikinės



Iš esminio Guy Bourdin'o archyvo

To priežastis galėtų būti tai, kad mados ir laiko santykis yra pernelyg jautrus – mada ne sensta, o atgyvena. Sunku suvokti, kaip pati mada gali išeiti iš mados, kaip kad kanonas paliktų savo paties kanoną. Vienintelė bėda yra tai, kad pernelyg nauja tendencija, kuria mados auka nutaria akiai sekėti, gali atrodyti dar komiščiau nei atgyvenęs, ausis raizantis ir iš mados išėjęs žargonas.

Vis dėlto svarbiausias mados aukos tapatybės bruožas yra pernelyg didelės pastangos, arba estetinis nesaikingumas. Štai spaudoje išpopuliarėjęs terminas „effortless“ (liet. „be pastangų“)

mados kontekste, kuris yra grįstas trumpalaikiu naujų prekių suvartojimu, kur kas pavojingesnis yra pernelyg didelis pasitikėjimas mados turiniu. „Mados auka“ galima būtų apibrėžti kaip žmogų, neturintį jokio kritinio imuniteto tiems mados objektams, kuriuos sutartinai laikome pernelyg madingais, klaišniais, stereotipiniais ar atgyvenusiems.

naudojamas pavykusiam drabužių deriniui apibūdinti, kuriuos savo „snack-bite“ kolumnuose tyrinėja profesionalumo stokojančios autoritai. Vokiečių sociologas Georgas Simmelis (1858–1918) persistengimo pavojų iliustravo istorinio vokiečių dendžio Modenarro pavyzdžiu: „Kai smailiosios batai ateina į madą, jo batų nosys yra ieties smailumo; kai aukšta apykaklė ateina į madą, jo apykaklė bus užkelta virš ausų; o kai mokslinės paskaitos ateis į madą, jo nepamatysite niekur daugiau nei auditorijoje.“ Perdėtai išpūstos mados užuominos ne tik sugriauna estetinius formalumus, kurie yra būtini tam tikram stiliaus etiketui (pavyzdžiui, proto balso reikalaujančiai aprangai, kurios tikimasi esant specifinei situacijai; numatytam aprangos kodui; adekvačiai pasirinktai aprangai keliaujant į kitas kultūras ir t.t.), bet ir negrįžtamai iškreipia įvaizdį. Išvaizda perdėtai besirūpinančiame Vakarų pasaulyje mados auka bus arba išmesta iš elitinio kultūros rato, arba taps internetiniu memu.

trijoje internetiniai memai, pasižymintys primigtinai blogo skonio estetika, gali tapti trumpalaikie ir ilgalaikės kultūrinės vertės negeneruojančia tendencija (pavyzdžiui, „Vaporwave“, „Seapunk“, „Witch vawe“ ir t.t.).

FATALIŠKAS TIPAŽAS

Pasak prancūzų mastytojo Gilles Lipovetsky, madą žmonės apskritai yra linkę tapatinti su tam tikru manieringu elgesiu. G.Lipovetsky aprašo mados atsiradimą naudodamas tokius būdvardžius kaip „teatrališkas“, „barokinis“, „absurdiškas“, „dirbtinis“, „išorinis“, „nuotykinis“. Šiuose apibūdinimuose juntamas kontrolės stygius, dėl kurio mados žmogus arba auka atsisako savo individualios valdžios. Šia prasme mados auka yra prigimtina fatališkas tipažas, visa galva neriantis į paviršutinišką būseną, kurioje siužetą diktuoja autonomiška madingų prekių laisvė. Švelni saviapgaulė gali visai nesunkiai privesti prie klaidinančio aplinkos suvokimo, aklos manijos. Dėl šios šizofreniškos deliuzijos žmogus praranda sveiką santykį ne tik su aplinka, bet ir pačiu savimi. Iš esmės per didelis pasitikėjimas mados objektais yra pavojingas. Mados tyrė-



Stop kadras iš Mario Bavos režisuoto filmo „Blood and the Black Lace“



Stop kadras iš Dario Argento juostos „Suspiria“

ja Michelle Lee vaizdingai aprašo tokį deliuzijos kankinamą personažą: „Suskaičiauvau visus keturis: dirbtinio kailio apykaklė, odinės kelnės, spalvoti gyvatės odos batai, ir tikrasis žudikas – blizgantį kaubojaus skrybėlė.“

Tarsi kas būtų paėmę skirtingų spalvų „Play-Doh“ plastiliną ir sulipdęs viską į visumą. Į šį sąrašą pridėčiau dar milijoną detalių, bet nemanau, kad tai reikalinga. Berlyno „U-Bahn“ stotys ar Paryžiaus turgų aikštės kupinos tokių eklektiškų personažų, tačiau šie įsilieję į urbanistinį didmiesčių kraštovaizdį tampa savotiškais jų talismanais, nemato-



Stop kadras iš 1980-aisiais pasirodžiusio filmo „Phenomena“

mais sanitarais, gatvių koraliniais rifais, be kurių miesto tapatybė negrįžtamai pasikeistų. Kur kas įdomiau eklektikos mišrainę stebėti per tirštą vizualų rūką, kuriame kaip kelio atšvaitai žiba neskoninga dideli vardiniai prekių ženklai, o prėska skonis lemia įvaizdžio tragikomediją. Didžiausia mados aukos tragedija yra neherojiška asmeninio kūrybiškumo žūtis, kuri beveik visada yra komiška ir dvelkia pasiū.

Kol 7-ojo dešimtmečio Paryžiuje G.Bourdin'as sėkmingai „linčiavo“ savo nuotraukų herojų galūnes Ch.Jourdan'as

ja. Dar daugiau, „giallo“ kiną galima suprasti ir kaip Vakarų kapitalizmo sątyrą, kurioje vartotojiškumo ir paviršutinybių iškankinta žmonija atsiduria savo pačios sukurtame kosmose. Žinoma, Amerikos popkultūra niekada nebūtų sau leidusi tiek, kiek savo ekranuose leido italai, išvarginti konservatyvios visuomenės, gremėzdiškas fašistinės praeities ir ribojančios religinės tradicijos. Italy kūrėjams Amerika buvo sutirštintų spalvų žemė, kurioje erotika, drama, mistika ir naujausia mada žengė koją kojon. Čia tokie režisieriai kaip Romanas Polanskis ar Alfredas Hitchcockas kūrė jau modernią siaubo žanro klasiką, lig tol alintą cenzūrinio Hayes kodo, veikusio 1930–1968 m., pagal kurį kinas nustatė moralę atitinkančias griežtas instrukcijas. „Giallo“ neturėjo ko prarasti – konservatyvi italų visuomenė turėjo savo moralinį kodą, kuris ėjo iš kartos į kartą. Jei kam lig tol pavyko jį sugriauti, tai nebet italų kino genijui Pierui Paolo Pasoliniui.

AUKOTIS DĖL ĮVAIZDŽIO?

Kartu su M.Bavos mokinio D.Argento atėjimu „giallo“ pasiekė visai kitą estetinį lygį. Žiaurumas tapo dar žiauresnis, absurdas dar absurdiškesnis, simboliška dar plokštesnė. Dažniausiai režisieriaus juostų aukomis tapdavo jaunos, naivios, keistos merginos. Pagrindine D.Argento filmų kankine tapo režisieriaus dukra Asia Argento. 1977-aisiais pasirodžiusi D.Argento juosta „Suspiria“ tapo kultinė – dar niekada kino juostoje dizainui, aplinkai, detalėms ir drabužiams nebuvo skirtas toks didelis dėmesys. 1980-aisiais pasirodęs filmas „Phenomena“ iškart išgarsėjo savo nepriekaištingais kostiumais, kuriuos režisierius kūrė padedamas dizainerio Giorgio Armani. Visai nenuostabu, kad 1986-aisiais italų mados namai „Trussardi“ pakvietė D.Argento sukurti jiems kolekcijos pristatymą. Kaip ir įprasta režisieriui, teatrališko „Trussardi Action“ performanso metu nebuvo apsieita be aukų – vienas modelis buvo „nužudytas“ čia pat ant scenos prieš minią pakraupusių žiūrovų. Vyrai svyniojo auką į polietileno į išrideno ją nuo podiumo. Sunku pasakyti, ar surežisuota nužudymo scena ant mados podiumo peržengė kažkokią nematomą moralės ribą, tačiau jokie kiti mados kūrėjai to daugiau nedrįso pakartoti.

Itališka siaubo kino mokykla „giallo“ ir mados industrija aukos vaidmenį piešia netikėtai panašiai. „Pamesti galvą“ gali reikšti ir didžiulį įsimylėjimą, ir absoliučią beprotystę. G.Bourdin'o herojės pameta kojas, D.Argento moterims nurieda galvos, o mados auka nužudo save pačią. Kol tikstančiai mados namų savo pavasario–vasaros kolekcijų stenduose atgavina seną, bet nebe tokį gerą šūkį „Dress to kill“, aš siūlyčiau sukeisti žodžius vietoje ir pabandyti šiek tiek rokenrolišką „Kill to dress“. Kažkur čia slypi klausimas apie tai, kiek dar esame pasiryžę paaukoti dėl savo įvaizdžio ir kodėl šį auka visada bus šiek tiek parodija.

reklamoms, italų kino kūrėjai Mario Bava ir Dario Argento savo herojės kalino tikrą tikriausiuose siaubo atrakcionų kalneliuose. Itališkame „giallo“ kine aukos vaidmuo užima centrinę siužeto liniją, aplink kurią nevaldomai dėdėja absurdiškai tragiškas chaosas. Mada, interjeras ir moterų grožis čia tampa mirtiniais ginklais, kuriems anksčiau ar vėliau lemta iššauti. 1964-aisiais Mario Bavos režisuota juosta „Blood and the Black Lace“ sukūrė ryškų vizualinį šabloną ateinančioms „giallo“ filmams – aukštąja mada puoštas siaubo detektyvas buvo prisotintas kontrastingų, dirbtinių spalvų, garų ir neskoningu užuominų. Sutirštindami spalvas režisieriai sramoningai siekė sukurti dirbtinį efektą, kuriame dominuojantys gerokai perlenkti simboliai, kaip kad akiduobė, išlūptas raudono aukštakulnio kulniuko, išdavė, jog „giallo“ gali būti siaubo kino tradicijos, ateinančios iš Amerikos, parodi-