

MODUS OPERANDI:

Rašė Liucija Adomaitė

Mados diapazonas yra toks platus, kad cikliška besiformuojančios jos kryptys neišvengiamai įgauna savotišką, tarsi iš kito pasaulio ataidėjusią akustiką.

„Normcore“, „grungewave“, „seapunk“, „health goth“, „new lad casual“, „vaporwave“ galėtų puikiai tiktai energinių nanobatonėlių pavadinimams ar kokiems kitiems posttechnologinės buities monumentams. Tačiau taip vadiname interneto tyruose susiformavusius priešakinės mados darinius, iš paskos traukiančius egzotiškai marginalizuotą subkultūrinę fantaziją, fikcinį pažadą, kad, tarkime, marškinėliai su užrašu „Thrasher“ pavers tave laukiniu gatvių maištautoju, naujos kartos Jamesu Deenu, kurio plaukai 2017-aisiais sulipinti nebe želė, o kadagių kvapo pomada. Tačiau tokie skambūs pavadinimai byloja kai ką daugiau. Jie mus moko apie tradicinių subkultūrų interpretaciją posttechnologijų eroje. Be to, ir apie tai, kaip sakytum, iš niekur gimsta nauji aprangos kodai, savo skambiais pavadinimais diktuojantys kultūrinę poziciją (arba jos nebuvimą) višumenėje.

Šiandien toks intensyvus subkultūrinio identito naudojimas madoje sukelia daug probleminių klausimų. Kai dar aštuntajame dešimtmetyje mados ikona Miuccia Prada išsiruošė į priešakines linijas taikiamame proteste už moterų teises, mados namų „Prada“ sėkmė ėmė žaibiškai kilti į viršų. Žmonės norėjo nesistandarto, pozicijų, dialogo, maišto. Šiandien socialinių tinklų favoritu tapę FUTURE IS FEMALE marškinėliai byloja apie tai, kad esame instinktyviai linkę į mikroveoliucijas ir nesvarbu, ar jos tebus stilistinės.

MADOS IR SUBKULTŪRŲ FLIRTAS

Čia subkultūrų naudojimo klausimas tik prasideda. Štai „Dior“ mados namų kūrybos vadovas Krisas Van Assche'as savo šių metų rudens-žiemos „Dior Homme“ kolekcijoje pristatė piešinius iš gatvės meno pionieriūmi vadinamo amerikiečių menininko Dano Witzo pogo paveikslų serijos. Šie paveiksliukai nugulė ant klasikinių *haute-couture* vyrų kostiumų, *bomberių*, žemę šluojančių lietaučių. Vieno pašnekesio metu menininkas prisipažino, kad nors ir neturėjo žalio supratimo apie madą, tačiau tai, ką pamatė tą vakarą ant podiumo Paryžiuje, jį paveikė. „Tai buvo taip arti mano paties darbų stilistikos, spalvinių



gamos, taip arti realybės. Sakydamas žodį „realybė“, Danas pabrėžė, kad roko ir metalo koncertuose juntama visiškai su niekuo nesupainiojama, transcendentinė energija. Tikrumo faktorius sukuria kultūrinį, kad ir momentinį pogo fenomeną. Ar nugulęs ant „Dior“ audi-

nių šis išlaiko tuos pačius energijos ir nuoširdumo parametrus? Ar tai kaipmat tampa reprodukcija, o gal gimsta nauja interpretacija? Ar išimta iš konteksto tokia intymi akimirka, vaizduojanti muzikoje išsiliejančių masę žmonių, netampa privilegijuotųjų vojerizmu? Ir ga-

ly gale, kodėl madai taip reikia subkultūrinės vertės ir kodėl jai neužtenka savęs pačios?

Mados ir subkultūrų flirtas dažnai vykdomas dėl pastarųjų. Vos praeitą vasarą „Vogue“ beveik akiplėšiška ištiesė

mada ir subkultūra



KAIP NUSKENDĖ NARCIZAI, PAMATĘ SAVO ATSPINDĮ VANDENYJE, ESAME PASIRENGĘ TURĖTI REALYBĘ TOKIA, KOKIOS NORIME.

gančias Blake Lively ar Kate Middleton nuotraukas ant riedančių lentų lydėjo prierašas: „Tu manai, kad gali *skeitin-ti?*“ Netrukus tapo aišku, kad riedlenčių kultūra turėjo tai, kas pasirodė itin patrauklu nūdienos madistams – antiinstitucinę laisvę ir šios įtaką, gimstančią autonomiškoje, bet kartu bendruomeniškoje bendraminčių terpėje, kurioje talentai, stabai ir priešai turi galią iškelti ir nuversti patys save.

INTERNETAS ATRENKA REALYBĘ

Susidaro įspūdis, kad subkultūrų apropiacija yra griežtai komfortiška „pick & mix“ tipo selekcija, kurią sudaro tik tam tikri patogūs naudoti elementai. Lyg gulbes iš frotinių rankšluosčių keturžvaigždėse įstaigose vartotojų masė riedlenčių kultūros prisijaukina tik tiek, kiek yra pajėgi. Kadangi daugumos madistų istorijos instagrame turi amžiną *skrolo* mygtuką, jų interesai yra linkę suabstraktėti, išblukti, išsitempti. Dėmesio koncentracijos klausimas ir polinkio į fanatizmą stygius galėtų nesunkiai paaiškinti tai, kodėl madistai renka si hipsteriškus riedlentinių kvepalus (kaip kad rusų dizaino guru Goshos Rubchinskių kūrinys), nors baidosi lipti ant tikro, važiuojančio įnagio. Da- ▶

vidurinį pirštą Kalifornijos riedlentinių legendai, pasakojusiai apie 1980-ųjų „Trasher“ žurnale apdainuotą kiečiausią *skeiterių* šutvę San Fransiske. Mados ir gyvenimo būdo žurnalas savo internetiniame puslapyje pristatė naują skystu bronzatu dengtą skilį pava-

dinimu „*skeito savaitė*“, kuri moterims oro uosto laukiamuosiuose aiškino apie tai, kaip pasiekti riedlentinių įvaldytą plaukų įvaizdį, iš populiariausiųjų išstūmusį lig tol kelis dešimtmečius karaliausias vėjo suveltas banglentinių garbanas. Faktiškai akimirksniu „bucket“

kepuraites pamėgo Londono Sičio darbuotojai, o Niujorko mados savaitės podiumai prisipildė veidais iš gatvės, netobulai pažymėtais mėlynėmis, nubalnotais keliais, praskeltais antakiais. Savotiškai atrodė ir straipsniai didžiuosiuose mados žurnaluose, kuriuose mir-

Gerardas Krutajos nuotr.

Gerardas Krutajos nuotr.

bartiniai *web-optimizuoti* vartojimo modeliai mus pratina prie selektyvios patirties konstrukto, prie tų reklamų ekrane, kurių prekės ženklą jau ir šiaip mėgstame ar neseniai pirkome.

Dokumentikos virtuožas Adamas Curtis šią mintį perkėlė laipteliu aukščiau, pasiūlydamas teoriją, kad būtent tai, ką suprantame kaip savo aplinką, priklauso tam tikram realybės konstruktui. Tai yra realybė, kurią nenujauzdami susikūrėme su visiškai personalizuota postmodernybe. Tokiu būdu, jis sakė, mūsų aplinkiniai mums pritaria, mūsų reklamos mus domina, o mūsų daiktai mums tinka. Tokiu būdu, sakau aš, mūsų „Vansai“ virsta nematomomis riedlentėmis, mūsų *hypermaskuliniški* „MA-1 bomber“ švarkeliai, kuriuos dėvėjo Amerikos oro pajėgų lakūnai maždaug 1949 m., paverčia mus tarpgalaktiniais keliautojais iš sakytum kubrikiškos kosminės odisėjos, iš tiesų skriejančiais geriausiu atveju per Vilniaus Islandijos gatvę. Kalbant apie mados industriją, imu galvoti apie tai, kokia buitiska, bet staigi ta fantastinė TRANS-FORMACIJA.

Tai yra realybė, kurią nenujauzdami susikūrėme su visiškai personalizuota postmodernybe. Tokiu būdu, jis sakė, mūsų aplinkiniai mums pritaria, mūsų reklamos mus domina, o mūsų daiktai mums tinka.

VISŲ PIRMA TAI BUVO MĄSTYSENA

Geidžiamiausia drabužių prodiuserė ir stilistė, mados namų „Balenciaga“ vadovo Demnos Gvasalios dešinioji ranka ir „Vetements“ mados namų širdis Lotta Volkova viename interviu teigė, kad „šiandienos vaikai, nauja karta nebeturi jokio supratimo apie tai, kas yra subkultūra. Tai jiems nerūpi. Tai, kad jie dėvi pankiškus marškinėlius, nebereiškia, kad jie klausosi pankų muzikos ar turi tam tikrą politinę poziciją. Jie neturi šito mentaliteto. Mano karta... Kai mes buvom *grunge*, mes buvom tikrų tikriausi *grunge*. Visų pirma tai buvo mąstysena. Štai kodėl šiandien mane taip domina visokie socialinės uniformos kodai.“ Ir iš tiesų *subkultūrinė* apibrėžtis tarytum netenka prasmės. Ar ne ironiška atrodo tai, kad pačia pankų motina tituluojamą alternatyvios mados pradininkę Vivienne Westwood dar 1992-aisiais buvo apdovanota Anglijos karalienės Elžbietos ir turi oficialų damos titulą. Tiesa, į ceremoniją ji atvyko be apatinių. O britų pankų ikona ir grupės „Sex Pistols“ vadybininkas Malcolmas McLarenas savo garsiojoje citatoje viską apibendrino šitaip: „*Punk* įtaka muzikai, kinui, menui, dizainui ir madai yra absoliučiai neabejotina. *Punk* tradicija matuojamas *krūtumo* lygis.“

Vos prieš kelis mėnesius „Dior Homme“ veidu tapo kultinės *electro pop* grupės



Neilo Hallo („Reuters“ / „Scarpix“ nuotr.)



Miguello Medinos (AFP) nuotr.

„Depeche Mode“ lyderis Dave'as Gahanas. Tačiau alternatyvių kultūrų dizaineriai mylėjo nuo seno. Jeanas Paulis Gaultier kostiumus kūrė ne tik garsiajam režisieriaus Luco Bessono filmui „Penktasis elementas“, kuriame raudonplaukė Milla Jovovich įsispraudė į atskira ikona tapusį binto audinį, bet ir D.Gahano žvynelių kostiumą klipui „It's no good“ ar stilių grupės „Nirvana“ nariams klipė „Heart Shaped Box“. Visiems gerai žinomas ilgametis J.P.Gaultier ir atlikėjos Madonnos bendradarbiavimas, po kurio „Blond Ambition Tour“ turo metu pasaulį išvydo akiplėšiška kūgio formos liemenėlė.

Kansay Yamamoto sukūrė dvidimensinį Ziggy Stardust kostiumą, pažymėjusį devintojo dešimtmečio obsesiją japonų avangardui, o Yves Saint Laurent mados namai smokingu aprengė kitą esminį Davido Bowie personažą, vardu „Thin White Duke“. Terpė mados namams ir muzikos korifėjams veikti išvien, ko gero, visada buvo daug vaisingesnė, o mados ir alternatyvios bei populiariosios kultūros ryšys kur kas glaudesnis, nei esame linkę manyti.

MEINSTRYMO BAIMĖ

Mąstytojas Jeanas Baudrillard'as taikliai užrašė: „Mes negalime pabėgti nuo mados, nes pati mada tą pabėgimą paverčia madingu aksesuaru – mėlynai džinsai yra istorinis to pavyzdys.“ Masinė industrinė mėlynų džinsų gamyba pavertė maisto simbolį *meinstrymu*. Blogose rankose subkultūrų ir mados ryšis gali tapti kontrevoliucijos įrankiu. Tačiau ar *meinstrymo* baimė, sėjanti tokį didelį nerimą, iš tiesų yra racionali? Kai ekskluzyvus turi stipresnę, dažnai per ilgą laiką patikrintą poziciją, *meinstrymas* turi daugiau internetinių „like“, vadinasi ir didesnę įtakos zoną. Susikūrėme sistemą, kuri valgo save iš vidaus. Mados kritikas Timas Blankas, kalbėdamas apie alternatyvių mados namų „Vetements“ sėkmę, pastebėjo, kad visa dabartinė revoliucija bus neišvengiamai paversta prekės ženklu.

MES NEGALIME PABĖGTI NUO MADOS, NES PATI MADA TĄ PABĖGIMĄ PAVERČIA MADINGU AKSESUARU

Nuo „The Revolution Will Be Televised“ ir cctv kamerų baimės perėjome į visiškai kitą afekto būseną.

Tačiau tai nėra vienintelis būdas madai sąveikauti su *subkultūromis*, tai nėra vienintelis jų bendras *modus operandi*. Štai aštuntajame ir devintajame dešimtmėčiais Niujorke susiformavo sąmoningas judėjimas, siekęs išvengti industrializacijos galimybes. Tarpusavyje, regis, mažai ką bendro turintys muzikantai, filmų kūrėjai ir menininkai sąmoningai siekė eklectizmo ir pasivadino dalimi *no wave* judėjimo, arba *judėjimu be judėjimo*. *No wave* buvo sąmoninga pastanga nesukurti sąlygų bendram subkultūriniam klimatui, kuriuo vėliau galėtų pasinaudoti tokiam alternatyviam žavesiui neatsparios masės. Bet ar tokia sąmoninga dekonstrukcija dar ir šiandien turėtų imunitetą industrializacijai? Chaotiškai agresyvūs *no wave* grupės DNA akordai savotiškai primena mano anksčiau minėtų postinternete susiformavusių mados judėjimų pavadinimus. Ta pati grupė 1978-aisiais išleido dainą kodiniu pavadinimu „Egomaniac's Kiss“ (liet. „Egomaniako bučinyš“). Kaip nuskendę narcizai, pamatę savo atspindį vandenyje, esame pasirengę turėti realybę tokią, kokios norime. Subkultūriški ar ne, alternatyvūs ar kasdieniški, esame žaviai nuspėjami ir gražiai apsirengę. Bent jau sau patiems.



Gerardo Krutajaus nuotr.