

# „CEVA NOU”: MODĂ, MODERNITATE, ACTUALITATE

Daniel NICA<sup>1</sup>

Motto:

Otrava ta ne-o toarnă drept balsam și ne lasă  
Să ne-afundăm în hăul cel fără de ecou!  
Și, dacă va fi raiul sau iadul, nu ne pasă!  
Un singur gând ne arde: să dăm de ceva nou<sup>2</sup>  
(Ch. Baudelaire, *Călătoria*)

## **Preliminarii ale unei filosofii non-esențialiste a modei**

**P**remisa de la care trebuie să pornească orice analiză filosofică a modei este ireductibilitatea ei la vestimentație. E adevărat că – ținând cont de reflexul lingvistic al echivalării modei cu hainele, de rapiditatea schimbărilor și de vizibilitatea sa inevitabilă – îmbrăcămintea constituie un obiect

---

<sup>1</sup> Departamentul de Antropologie Culturală și Comunicare, Facultatea de Jurnalism și Științele Comunicării, Universitatea din București. E-mail: daniel.nica@fjsc.ro

<sup>2</sup> Baudelaire, C. (1968). *Florile răului*, tr. Al. Phillipide, București: Editura pentru literatură universală, p. 423

privilegiat al reflecției teoretice, dar nu este unicul domeniu de referință. Conceptul de modă se aplică și în cazul cofurilor, al stilurilor arhitecturale, al practicilor artistice, al muzicii și poeziei, ba chiar și în lumea plină de sobrietate a cercetării academice. Din acest punct de vedere, recenta explozie de studii științifice asupra modei pare să fie ea însăși o instanțiere a fenomenului supus examinării.

Iar dacă moda nu se reduce la haine, ci are o extensiune mai largă, atunci o înțelegere comprehensivă a acesteia poate urma, în principiu, două căi diferite:

(A) O abordare *esențialistă*, prin care căutăm un principiu unificator, care să determine riguros toate domeniile de aplicare, de la ținuta vestimentară la obsesiile poetice și de la *design*-ul interior la interesul științific al breslei cercetătorilor dintr-un anumit moment. Urmând această linie de cercetare, miza investigației ar fi dezvăluirea unei esențe ascunse, ce poate fi exprimată printr-o definiție exactă, atemporală și exhaustivă. Această direcție de analiză implică un tip de reduționism metodologic, prin care fie construim un concept unic, capabil să izoleze cu exactitate înțelesul tuturor instanțierilor modei (sarcină aproape imposibilă, atunci când ne ocupăm de constructe sociale), fie excludem anumite manifestări ca nefiind ilustrări veritabile ale fenomenului studiat (sarcină care ar implica să afirmăm, de exemplu, că moda se referă strict la haine și că, prin urmare, a vorbi despre „mode intelectuale” este o greșeală).

(B) O abordare *non-esențialistă*, care pleacă de la asumția că majoritatea termenilor abstracti se folosesc în multe feluri, unele chiar contradictorii, și au o istorie complexă în spate, iar din acest motiv e aproape imposibil să descoperim un nucleu de trăsături comune, fixe, atemporale. Nu putem decela o esență ascunsă, care, odată descoperită, e capabilă să reducă întreaga extensiune a conceptului nostru la un principiu unic sau la un mănunchi restrâns de abstractizări ușor de folosit. În

acest sens, miza cercetării ar fi proliferarea de descrieri cât mai variate și mai cuprinzătoare, din cât mai multe unghiuri, care să illustreze bogăția de nuanțe conceptuale sau de ocurențe și mutații istorice, similaritățile cu idei diferite sau contradicțiile subtile între idei similare, relevanța unor origini și trasee etimologice, caracterul problematic al unor subdeterminări politice și al unor implicații economice, pe care le regăsim în cadrul fenomenului studiat.

Această lucrare se înscrie în cel de-al doilea registru metodologic, sub forma unei combinații de tatonări hermeneutice, observații sociologice și sugestii de istorie a ideilor, prin care încerc să clarific afinitatea profundă dintre ideea de modă și cea de modernitate, ambele fiind descrise ca expresii ale voinței de actualitate. Dezvăluirea unei astfel de afinități reprezintă un mod nou de a trasa conexiunea dintre modernitate și modă, care, altminteri, se face doar prin identificarea primeia drept mediu favorabil pentru dezvoltarea celei de-a doua. Este lesne de observat că moda nu ar fi cunoscut înflorirea din ultimele secole în lipsa unor fenomene specific moderne precum capitalismul, evoluția clasei de mijloc, extinderea și diversificarea presei sau Revoluția industrială. Însă, pe lângă evidențierea acestei relații incontestabile, există și un alt mod de a gândi raportul dintre modă și modernitate, văzându-le ca fenomene co-origine. Voi începe demersul propriu-zis cu o scurtă incursiune etimologică.

### Trei sensuri ale lui *modus*

Cuvântul „modă” vine de la substantivul latinesc *modus*, care are trei accepțiuni majore: (1) măsură, (2) restricție și (3) modalitate<sup>3</sup>. Ultimele două sunt sensuri secundare, derivate din înțelesul primar al lui *modus*, care înseamnă „măsură”,

<sup>3</sup> Lewis, C.T. & Short, C. (1879) *A Latin Dictionary*, Oxford: Clarendon.

„cantitate” sau „proporție”; adică o unitate de evaluare sau un reper, în raport cu care lucrurile sunt măsurate după mărime, circumferință, după întinderea lor în spațiu sau durata lor în timp. În această accepțiune, *modus* se referă, între altele, și la metrica poeziei sau la armoniile și ritmurile muzicale. Ceea ce unește toate utilizările lui *modus*, potrivit acestui sens primordial, e faptul că există anumite puncte și intervale de referință, care determină valoarea (adică mărimea) lucrurilor din jur.

Pornind de la acest sens al lui *modus*, care ar putea fi sintetizat drept „măsura justă” a obiectelor fizice, s-a dezvoltat și un al doilea sens, care se aplica în special comportamentului uman și care avea o încărcătură normativă mult mai pronunțată. Cel de-al doilea sens era acela de restricție (de conduită), adică de limită ce nu trebuie încălcată. Când Cicero, de exemplu, îi scrie fiului său celebrele scrisori despre obligațiile morale ale unui nobil, cunoscute mai apoi sub titlul *De officiis*, el afirmă: „Ludendi etiam est quidam **modus** (subl. mea) retinendus, ut ne nimis omnia”<sup>4</sup>, care s-ar traduce prin „Trebuie să păstrăm o anumită **limită** (subl. mea) în distracțiile noastre și să nu ducem lucrurile prea departe”<sup>5</sup>. În textul lui Cicero, *modus* desemnează o limită morală, adică măsura justă a omului virtuos. Folosit în acest sens, *modus* trimite către existența unui model sau a unui mod exemplar de viață, lucru deloc surprinzător din unghi etimologic, căci și termenul modern „model” are aceeași origine latinească. Merită amintit, în trecut, că tot de la

---

<sup>4</sup> Cicero, *De officiis*, 1.29.104. (Pentru textele clasice, am optat pentru citarea standard din edițiile critice).

<sup>5</sup> Textul nu este tradus în română, însă traducerea englezească a lui Walter Miller este „Then, too, certain bounds must be observed in our amusements and we must be careful not to carry things too far”. Cf. Cicero. (1913). *De officiis*. tr. W. Miller, London: W. Heineman Ltd., New York: G. P. Putnam's Sons.

latinescul *modus* ne-au parvenit cuvinte precum „modestie” sau „moderație” (termeni care desemnează echilibrul moral, dobândit prin disciplină de sine, adică prin autoimpunere), dar și „moderare” (acțiune prin care moderatorul impune din exterior echilibrul și ordinea unei dezbateri, adesea prin intervenții categorice asupra spontaneității nedisciplinate a participanților la discuție).

Deși cel de-al treilea sens al latinescului *modus* este cel mai îndepărtat de înțelesul său original, acesta a rămas cel mai familiar individului contemporan. Oricine intuiește că, în expresii precum *modus vivendi* sau *modus operandi*, acest termen se referă la o modalitate, o metodă, o manieră sau un stil particular de a te comporta sau de a face lucruri<sup>6</sup>. Ceea ce merită subliniat este că, în această accepțiune, *modus* este un termen pur descriptiv, fără nicio încărcătură axiologică. În primă instanță, niciun *modus* nu este mai bun sau mai rău decât celelalte. Fără a primi vreo calificare suplimentară, faptul că ceva este un *modus* nu spune nimic altceva decât faptul că este diferit, că este altfel decât celelalte stiluri particulare de a acționa. Există diverse maniere de a vorbi, de a te îmbrăca, de a te hrăni, care – în lipsa altor detalii – nu sunt altceva decât simple posibilități ce stau la dispoziția individului. Folosit în acest sens, *modus* nu mai trimite, ca în primele două cazuri, la o referință exemplară, prin care se stabilesc fie niște marje de măsurare, fie niște restricții normative, ci aduce în prim-plan ideea că există o pluralitate de stiluri sau modalități de a te manifesta.

---

<sup>6</sup> Merită subliniat faptul că unele dintre cele mai frecvente traduceri ale lui *modus* sunt, în engleză, *fashion*, iar, în franceză, *mode*. E adevărat că, în franceză, traducerea lui *modus* este **le mode**, substantiv masculin, la fel ca în italiană unde *modus* se traduce prin masculinul *modo*. În ambele limbi, cuvântul „modă” este la feminin (fr. **la mode**, it. *moda*), însă – dincolo de inevitabile mutații gramaticale – etimologia cuvântului modă trimite, incontestabil, către latinescul *modus*.

### Model vs. modalitate. „Imitație” vs. „diferențiere”

Pentru a sintetiza analiza etimologică de mai sus, putem spune că primele două sensuri ale lui *modus* evocă ideea de **model** (fie descriptiv, fie normativ), pe când cea de-a treia reliefează ideea de **modalitate**. Iar dacă reducem triplul semantism al lui *modus* la aceste două idei, putem lesne observa că avem de-a face cu o tensiune majoră. Pe de o parte, din perspectiva ideii de model, accentul este pus pe o paradigmă sau pe un canon supraindividual, adică pe o unitate normativă, ce ar trebui să regleze și să uniformizeze haosul particularului și al pluralității. Pe de altă parte, din unghiul ideii de modalitate, accentul este pus pe caracterul individual și variat al alegerilor umane, adică pe diferența față de alte posibilități, ba chiar pe rezistența față de o singură unitate normativă. Am putea merge chiar până la afirma că, pe de o parte, avem de-a face cu o promisiune a ordinii, a reglementării și a conformității, iar, pe de alta, ne confruntăm cu perspectiva anomiei, a varietății inclasabile, ba chiar a abaterii de la normă.

Dacă ne gândim la domeniul modei, tensiunea internă a lui *modus* nu pare deloc întâmplătoare. Căci această opoziție dintre conformitate și abatere sau dintre omogenitate și eterogenitate reprezintă unul dintre principiile de funcționare a modei. Aceasta presupune atât perspectiva omogenității (pe care o putem vedea atât în unitatea stilistică a unei ținute individuale, cât și în unitatea unei întregi colecții), cât și perspectiva eterogenității (pe care o putem lesne sesiza în varietatea ținutelor dinăuntrul aceleiași colecții, și, mai ales, în tendința creatorilor către originalitate și inovație permanentă).

Georg Simmel a făcut o observație similară acum mai bine de un secol, atunci când a analizat moda prin intermediul

conflictului dintre *imitație* și *diferențiere*<sup>7</sup>. Simmel afirmă că există în natura umană două înclinații fundamentale, care sunt radical opuse, dar totodată interdependente. Pe de o parte, oamenii caută apartenența, încercând să meargă pe cărări bătătorite și să creeze legături sociale stabile, prin intermediul *imitației*. Pe de altă parte, există tendința contrarie, aceea a *diferențierii*, care împinge individul să se separe de ceilalți și să își caute un drum propriu. Imitația presupune generalizarea și unificarea, continuitatea și determinarea exterioară, în timp ce impulsul diferențierii presupune specializarea și segregarea, discontinuitatea și autodeterminarea.

Cele două tendințe contradictorii pot avea intensități diferite, dar totodată sunt coprezente în orice stare funcțională a societății sau a individului. Dacă una dintre ele ar dispărea cu totul, atunci nici individul și nici societatea nu ar putea subzista. Dacă am suprima imitația, societatea ar înceta să existe, iar individul s-ar transforma într-o făptură solitară și nesigură, lipsită de limbaj și de mijloacele elementare pentru supraviețuire. Dacă ar dispărea diferențierea, societatea ar fi o masă omogenă și imobilă, populată de făpturi gregare, incapabile de progres și creativitate. Există așadar un echilibru instabil între cele două forțe primordiale, care poate fi sesizat la orice nivel al interacțiunii umane și în orice fenomen social. Iar cum moda este, întâi de toate, un fenomen social, opoziția dintre imitație și diferențiere se constituie ca o tensiune fondatoare a acestui fenomen.

Potrivit lui Simmel, imitația poate fi observată în urmarea entuziastă a unor reperi exemplare, în adoptarea plină de admirație a unor forme de succes. Acest mecanism al imitației are la bază, în primul rând, autoidentificarea cu ceea ce este considerat superior, nobil sau remarcabil. Astfel se explică

<sup>7</sup> Simmel, G. (1957). Fashion. *American Journal of Sociology*, 62(6), May 1957, pp. 541–558. Articolul reproduce versiunea inițială: Simmel, G. (1904). *International Quarterly*, 10(1), October 1904, pp. 130–155

faptul că membrii claselor sociale superioare adoptă un stil specific, imitându-se reciproc, tocmai pentru a-și marca un statut exemplar. Pe de altă parte, membrii claselor inferioare se pot identifica prin aspirație cu elitele și, astfel, le copiază comportamentul, inclusiv cel vestimentar. Pe scurt, atât apartenența la o clasă, cât și aspirația către aceasta se bazează pe imitație. Însă, în măsura în care ceva este considerat demn de prețuire și imitație, apare și diferențierea. Identificarea cu un statut social superior presupune segregarea și deosebirea în raport cu ceea ce este considerat inferior. Prin modă, clasa superioară își codifică distincția și distanța față de mase. Același principiu al diferențierii se manifestă și în rândul membrilor claselor inferioare, care, atunci când adoptă moda elitelor, încearcă să se distingă de ceilalți reprezentanți ai clasei din care provin.

O concluzie, aparent paradoxală, pe care o putem trage de aici este că, tocmai prin imitație, individul se diferențiază de ceilalți. Spun „aparent paradoxală”, fiindcă, potrivit analizei lui Simmel, nu e vorba de un paradox logic, ci de un echilibru, mereu instabil, între acest cuplu de contrarii. Imitația și diferențierea se opun și, totodată, se presupun reciproc, prima apărând ca urmare a nevoii de distincție, de diferențiere. Iar moda unifică și omogenizează un grup social, separându-l de celelalte.

### **Cum se explică schimbarea modei?**

#### **Voința de actualitate**

Unul dintre meritele teoretice ale analizei propuse de Simmel este acela că arată de ce apariția modei este un fenomen relativ recent. Este greu să vorbim despre modă în cadrul unor societăți pre-moderne, acolo unde tendința către imitație și conformitate este mult mai mare decât tendința către diferențiere. Moda apare în cadrul unei societăți în



care cele două tendințe umane fundamentale sunt într-un oarecare echilibru și acolo unde stratificarea socială, neavând baze metafizice, face posibil și fenomenul mobilității sociale. Într-o societate sclavagistă sau într-o societate organizată pe caste rigide, nu putem vorbi despre modă ca despre un fenomen viu și dinamic. Numai în societățile moderne, care dislocă ierarhiile fixe și încurajează independența, nonconformismul și autonomia indivizilor, poate apărea fenomenul modei.

Un alt merit al lui Simmel este că încearcă să explice schimbarea socială – în acest caz, modificările care survin în cadrul modei. Explicația autorului german este că moda se schimbă atunci când se disipează suficient de mult în rândul claselor inferioare. Odată ce un anumit stil, care codifică statutul superior, ajunge la mase, elita îl abandonează și caută o nouă formă prin care să se distingă de acestea. Pentru a rămâne un grup exclusivist, elita va exclude posibila asemănare cu clasa inferioară prin adoptarea unui nou stil. Și, fiindcă acest nou stil va fi imitat, la rândul său, de membrii claselor inferioare, și acesta va trebui abandonat și înlocuit cu un altul. Iar, în felul acesta, caracterul permanent al schimbării se explică prin tensiunea dintre imitație și diferențiere.

Pentru ca această explicație să funcționeze, Simmel are nevoie de asumția stratificării sociale<sup>8</sup>, la care se adaugă presupuziția tacită că diseminarea modei este strict descendentă, adică de la clasa superioară la cele inferioare. Însă, așa cum a arătat sociologul american Herber Blumer, circulația modei nu este unidirecțională și nici nu e dependentă de asumția unei distincții ferme între clasele sociale<sup>9</sup>. Analiza lui Simmel reflectă – la fel ca alte concepții de tip *trickle down* de la sfârșitul secolului XIX sau începutul secolului XX, cum e,

<sup>8</sup> „Moda este [...] un produs al distincției de clasă” (Simmel, *op.cit.*, p. 544).

<sup>9</sup> Blumer, H. (1969). Fashion: From Class Differentiation to Collective Selection, *The Sociological Quarterly* 10, no. 3, pp. 275–291.

de exemplu, celebra teorie a lui Thorstein Veblen<sup>10</sup> – o lume cu o structură socială destul de rigidă, specifică acelei perioade. Totuși, într-o lume mult mai dinamică și mai democratică, putem observa și o tendință inversă, de jos în sus, după cum remarca recent antropologul Ted Polhemus, cel care propune un model explicativ de tip *bubble up*<sup>11</sup>. În ultimul secol, putem lesne observa ambele tendințe, atât pe cea descendentă, cât și pe cea ascendentă. Există pe de o parte, exemple de imitație a frizurilor fotbaliștilor celebri sau a vestimentației vedetelor de la Hollywood. Pe de altă parte, putem vedea și modul în care marile case de modă au preluat elemente din ținuta obișnuită de stradă (*street style*), ba chiar și din subculturile tinerilor, cum ar fi *punk* sau *rock*<sup>12</sup>.

În aceste condiții, explicația apariției modei pe baza diferențelor de clasă, propusă de Simmel, nu pare să fie una cuprinzătoare și concludentă. Ipoteza pe care o avansează Herbert Blumer este că moda apare în urma unui proces de „selecție colectivă”, în care decidenții (nu atât creatorii, cât mai degrabă cumpărătorii) aleg între stiluri și forme concurente. Iar selecția este efectuată pe baza unei serii de comunicări repetate (judecăți, critici, comparații, comentarii etc), în urma cărora gusturile individuale se modelează reciproc și converg către un gust colectiv, mereu în schimbare. Iar scopul

---

<sup>10</sup> Autorul german utilizează același model de tip *trickle down*, adică al picurării de sus în jos, precum Thorstein Veblen, care tot în aceeași perioadă cu Simmel, susținea că moda se diseminează unidirecțional, de la clasele superioare către cele inferioare, care râvnesc la statutul privilegiat al celor dintâi. Cf. Veblen T. (1957) *The Theory of the Leisure Class: An Economic Study of Institutions*. London: Allen and Unwin.

<sup>11</sup> Polhemus, T. (1994). *Streetstyle: From Sidewalk to Catwalk*. London: Thames and Hudson, Inc.

<sup>12</sup> Pentru o analiză, de data aceasta făcută din perspectiva conceptului de clasă, a modului în care subculturile sunt asimilate la nivelul *mainstream*, recomand lucrarea lui Hebdige, D. (1979). *Subculture: The Meaning of Style*. London: Routledge.

schimbării nu este acela de a te diferenția de cei din altă clasă, ci – așa cum sugerează Blumer – acela de a fi mereu „la modă”, de a-ți cultiva noi preferințe și de a experimenta tot timpul alte lucruri. În acest sens, Blumer afirmă că „moda este mereu modernă; ea caută mereu să fie în pas cu vremea. Este sensibilă la mișcarea evoluțiilor actuale, întrucât acestea se petrec în propriul ei câmp, în câmpuri adiacente și în lumea socială mai largă”<sup>13</sup>.

Mergând pe această linie deschisă de Blumer, putem observa că, dincolo de tensiunea internă dintre imitație și diferențiere, moda presupune și un al doilea conflict, unul mult mai important, pe care, de data aceasta, nu îl secretă în ea însăși, ci îl întreține cu ceva exterior. Este vorba despre opoziția dintre vechi și nou, dintre trecut și prezent. Moda presupune să fii „la modă”, adică mereu la zi și, astfel, poate fi descrisă ca o expresie a *voinței de actualitate*, deci ca o insurrecție față de ceea ce este învechit, demodat, inactual. Fără a avea pretenția unei definiții riguroase, putem descrie conceptul de „voință de actualitate” ca fiind o sensibilitate culturală acută față de prezent, adică față de noutate, văzută ca un scop în sine. În acest context, merită amintită sentința lui Roland Barthes, care afirma că „fiecare modă este un refuz de a moșteni, o răsturnare a opresiunii modei precedente; moda se resimte pe sine ca un drept, dreptul natural al prezentului asupra trecutului”<sup>14</sup>.

Putem sesiza acest „refuz de a moșteni” în criteriile de modificare a mărimilor, tăieturilor, modelelor și țesăturilor de la o colecție la alta. Moda nu se schimbă pentru ca hainele să devină mai funcționale sau mai confortabile, ci pentru ca acestea să satisfacă exigența reînnoirii permanente. Ilustrarea perfectă sunt colecțiile *haute-couture*, care sunt concepute mai

<sup>13</sup> Blumer, H. *Op.cit.*, p. 283.

<sup>14</sup> Barthes, R. (1983). *The Fashion System*, tr. M. Ward & R. Howrd, Berkeley: University of California Press, p. 273.

degrabă ca niște obiecte incitante estetic, decât ca elemente ale unei vestimentații funcționale. Tocuri uriașe ce fac mersul imposibil, rochii irespirabile de plastic, bluze și pulovere fără mâneci, trene interminabile și incomode, pălării greoaie și supradimensionate – toate aceste piese sunt create pentru a provoca reacții, nu pentru a rezolva problema practică a acoperirii corpului. Dacă ne uităm la majoritatea colecțiilor, putem observa același divorț față de trecut, adică aceeași voință de actualitate. Chiar și atunci când creatorii preiau elemente din colecții trecute sau chiar din epoci revolute, sensul modei rămâne de a lărgi spectrul posibilităților, adică de a extinde și intensifica prezentul sau, altfel spus, de a aspira către noutate. Din acest punct de vedere, elementele *retro* nu sunt deloc o reîntoarcere pioasă la un trecut glorios, ci un mod ironic de a glorifica un prezent al cărui merit suprem este unul tautologic: faptul că nu este trecut.

Voința de actualitate poate fi observată și în cadrul consumului de masă, nu doar în universul restrâns și elitist al marilor creatori. Chiar dacă inovația veritabilă este mai puțin vizibilă iar excentricitatea este temperată prin menținerea unor stiluri mai convenționale, tendința de reînnoire rămâne la fel de puternică și în cazul hainelor de la raft. Fie și simplul fapt al schimbării paletelor coloristice sau al preferinței pentru texturi diferite de cele din colecția precedentă reprezintă un indicator al „refuzului de a moșteni”. Criticii capitalismului ar putea explica, într-o manieră convingătoare, această reînnoire compulsivă prin consumerism și prin crearea de „false nevoi”. Însă astfel de explicații nu elucidează condițiile de posibilitate pentru apariția unor pseudo-nevoi. Întrebarea care se pune este: „De ce individul modern se lasă atât de ușor sedus de schimbări atât de superficiale?”. Iar răspunsul trimite către ceea ce am numit mai devreme „voința de actualitate”, răspuns care oferă și o elucidare plauzibilă a felului în care moda se schimbă cu o viteză amețitoare. Dacă ne întrebăm

de ce colecțiile de la raft de anul acesta le înlocuiesc pe cele de anul trecut, cea mai simplă explicație este că pur și simplu sunt diferite. În acest context, mi se pare nimerită observația filosofului norvegian Lars Svendsen: „De ce fustele devin mai scurte? Pentru că fuseseră mai lungi. De ce devin mai lungi? Pentru că fuseseră mai scurte. Același lucru se aplică tuturor obiectelor modei”<sup>15</sup>. Privită în felul acesta, moda nu reprezintă nimic mai mult decât o mișcare în vederea noutății ca scop în sine, o schimbare de dragul schimbării.

Ideea că anul acesta se poartă o anumită culoare, spre deosebire de anul trecut când s-a purtat o alta, nu se explică decât prin schimbarea de dragul schimbării, adică de dragul înnoirii. Există, ce e drept, tendința de a căuta o anumită corelație între ideologii sau mentalități și schimbările din cadrul modei. Uneori, cum a fost de exemplu, fenomenul *hippie*, se pot stabili corespondențe între atitudinea lejeră, pacifistă a unor tineri consumatori de LSD sau seduși de elemente ale spiritualității orientale și utilizarea hainelor largi, colorate exploziv, cu motive orientale sau amerindiene. Însă aici avem de-a face cu un stil (mai ales de viață, nu doar vestimentar), întins pe o perioadă mai lungă. Iar această teorie a corespondenței modă-ideologie, oricât de atractivă pare, nu poate explica într-o manieră satisfăcătoare motivul schimbării colecțiilor de la un an la altul. Prin urmare, cea mai plauzibilă explicație pentru faptul că dungile, de exemplu, sunt modelul unui anumit sezon, nu trebuie căutată în vreo corespondență cu anumite ideologii, ci în acel „refuz de a moșteni”, despre care vorbea Barthes. O astfel de explicație, ce accentuează noul și actualitatea, este suficient de cuprinzătoare încât să explice atât schimbările anuale, cât și mutațiile ideologice, întinse pe o perioadă mai lungă de timp. În fond, moda *hippie* (atât în sens vestimentar, cât și ideologic), nu era altceva

---

<sup>15</sup> Svendsen, L. (2006). *Fashion: A Philosophy*, London: Reaktion Books.

decât un divorț al unei generații față de trecut, adică față de mentalitatea părinților ce luptaseră în al doilea război mondial și considerau că familia, patria și credința în Dumnezeu sunt pilonii unei vieți reușite. Pe scurt, mobilul schimbării era insurecția asupra trecutului, izvorâtă din voința de actualitate.

Și, fiindcă am identificat această opoziție în raport cu vechiul și tradiția, putem determina moda ca fiind apetitul pentru modernitate<sup>16</sup>. Însă, ajunși în acest punct, trebuie să ne întrebăm despre ce tip de modernitate discutăm atunci când stabilim o afinitate cu moda.

### Două concepte de modernitate

Distincția între sensuri diferite ale ideii de modernitate s-a făcut în atât de multe feluri și s-au propus atâtea definiții, încât ar fi contraproductiv să le înregistrăm pe toate în cuprinsul unui articol de dimenisunea și cu scopurile celui de față. Însă, dintre toate manierele de a distinge între sensuri diferite ale modernității, cel puțin două merită a fi evocate în continuare.

Una dintre ele îi aparține lui Michel Foucault, care face o distincție între modernitatea ca perioadă istorică și modernitatea ca atitudine<sup>17</sup>. Primul sens este cel cu care ne-am obișnuit și desemnează o epocă sau „un ansamblu de trăsături caracteristice unei epoci”<sup>18</sup>. (Ceea ce trebuie notat este că, potrivit acestei accepțiuni arhicunoscute, modernitatea este legată de o anumită ideologie a progresului istoric. În acest sens, epoca modernă este precedată de un timp al întunericii, al stagnă-

---

<sup>16</sup> Amintesc, în treacăt, că inclusiv cuvântul modernitate provine de la adverbul latin *modo*, care înseamnă, între altele, „abia”, „recent”, „de curând”, iar adverbul *modo* provine tot de la substantivul *modus*. Vezi De Vaan, M. (2008). *Etymological Dictionary of Latin and the other Italic Languages*, Leiden & Boston: Brill., p. 384.

<sup>17</sup> Foucault, M. (2004). *Ce sunt Luminile? (I)*. În *Ce este un autor? Studii și conferințe*, tr. B. Ghiu, Cluj-Napoca: Idea Design&Print, p. 70

<sup>18</sup> *Ibidem*

rii și al credulității, identificat în Occident cu Evul Mediu, și este urmată de postmodernitate, un timp al relativismului, al dezintegrării și al neîncrederii în „marile narațiuni” justificatoare ale Occidentului. Prin urmare, modernitatea reprezintă un moment al progresului moral și științific, al emancipării de sub un obscurantism trecut, dar care se vede amenințată de un obscurantism prezent.)

Celălalt sens pe care îl identifică Foucault și pe care autorul francez îl consideră mult mai relevant este acela de *modernitate ca atitudine*. În linii mari, aceasta implică două aspecte centrale: **(a)** Pe de o parte, atitudinea de modernitate implică o raportare normativă la actualitate sub exigența unei „eroizări” a prezentului<sup>19</sup> (ce poate fi rezumată prin celebra sentința a lui Baudelaire: „Nu aveți dreptul să disprețuiți prezentul”<sup>20</sup>). Însă această eroizare este una autoironică și autocritică, adică una prin care, în loc să conservăm ordinea prezentă, trebuie să rămânem deschiși către alte posibilități, mereu pregătiți pentru „transfigurarea” actualității (deci a societății). **(b)** Pe de altă parte, această atitudine constă într-o raportare a individului la sine însuși, care presupune exigența autotransformării individuale. În acest sens, modernitatea corespunde unui ethos al reinventării de sine sau – potrivit celebrei sintagme pe care autorul francez o folosește în alte texte și interviuri – unei „estetici a existenței”<sup>21</sup>.

Înțeleg că ca ethos sau atitudine, modernitatea nu este un dat și nici o trăsătură comună indivizilor unei epoci anume, ci este o sarcină mai degrabă individuală, care implică trecerea de la modelul de sorgine aristoteliciană a vieții bune ca *desco-*

<sup>19</sup> *Ibid.*, 71.

<sup>20</sup> C. Baudelaire (1992). *Pictorul vieții moderne*. În *Pictorul vieții moderne și alte curiozități*, tr. R. Toma, București: Meridiane, p. 390

<sup>21</sup> Vezi, de exemplu, Foucault, M. (1988). *An Aesthetics of Existence*. În *Politics, Philosophy, Culture: Interviews and Other Writings 1977–1984*, ed. L.D. Kritzman. New York and London: Routledge.

*perire de sine* la cel nietzscheean al *reinventării de sine* (în nota de subsol, se găsește o ilustrare succintă a acestei distincții<sup>22</sup>). Miza acestui ethos constă în abandonarea gândului că avem o identitate preexistentă și fixă, care circumscrie un spațiu restrâns al valorificării unui potențial dat. Prin urmare, sugestia lui Foucault este ca – în loc să ne gândim la noi înșine ca fiind legați de o „natură umană” imuabilă sau de structurile sociale ale trecutului – să ne concepem viața ca o „operă de artă”, explorând astfel posibilități inedite de a trăi, *liberi de canoanele tradiționale și liberi să ne reinventăm așa cum vrem*. Pentru a rezuma modernitatea ca atitudine chiar în cuvintele lui Foucault, aceasta „nu îl eliberează pe om conform ființei lui proprii, ci îi impune sarcina unei elaborări de sine”<sup>23</sup>. Altfel spus, a fi modern nu înseamnă a te dezvolta gradual și organic, ci a experimenta mereu alte lucruri, a te reînnoi permanent.

A doua distincție pe care doresc să o evoc aici îi aparține lui Matei Călinescu, care distinge între „modernitatea burgheză” și „modernitatea estetică”<sup>24</sup>. Prima dintre acestea este legată

<sup>22</sup> O ilustrare sumară (și în mod deliberat îngroșată, special pentru a fi mai sugestivă) a acestei distincții ar fi următoarea. Potrivit modelului descoperirii de sine, o viață împlinită ar presupune actualizarea unui potențial. De exemplu în cazul unei femei, cel mai probabil că împlinirea ar însemna ca ea să își cultive trăsăturile considerate feminine (blândețe, empatie, grijă etc), să devină mamă și soție și să urmeze o carieră care să corespundă, pe de o parte, înzestrărilor sale naturale (adică a înclinațiilor și aptitudinilor ei individuale), iar, pe de altă parte, rolurilor de gen prevalente în societate (mai degrabă asistentă medicală sau profesoară decât, de exemplu, chirurg sau soldat). Potrivit modelului reinventării de sine, viața împlinită a unei femei nu s-ar alinia acestor tipare. Ea ar putea alege să nu își cultive feminitatea, ci dimpotrivă să își exploreze unele trăsături masculine, ba chiar să facă operație de schimbare de sex și astfel să se identifice ca bărbat; ea ar putea refuza să se mărite sau să aibă copii și ar putea să aleagă cariere dintre cele mai diverse, cum ar fi cea de muncitoare în construcții, pilot de avioane sau soldat.

<sup>23</sup> Foucault, M. *Ce sunt luminile?*, p. 73.

<sup>24</sup> Călinescu, M. (2017). *Cinci fețe ale modernității. Modernism, avangardă, decadentă, kitsch, postmodernism*, tr. T. Pătrulescu & R. Țurcanu, Iași: Polirom, pp. 54–60.



de emergența, începând cu secolul al XVII-lea și culminând cu secolul al XIX-lea, a unei clase de mijloc, ale cărei valori includ: credința în progres, speranța că avansul tehnologic și științific se va converti în emancipare morală, cultul rațiunii (înțeleasă mai ales în accepțiunea ei instrumentală), dar și cultul acțiunii (înțeleasă nu atât ca activism politic, cât mai degrabă ca pragmatism în afaceri). Merită amintit că una dintre trăsăturile acestei modernități este și o anumită preocupare pentru timp, conceput nu neapărat calitativ, cât mai ales cantitativ, adică măsurabil, deci numai bun pentru a fi tranzacționat, fapt ce conduce la celebra ecuație „Time is money”. S-ar putea adăuga aici și faptul evident că modernitatea burgheză este strâns legată de dezvoltarea capitalismului. Prin urmare, ea întreține un raport echivoc cu ideea de schimbare: pe de o parte, aderă la idealul progresului (mai ales economic) și cultivă un entuziasm al schimbărilor și ajustărilor (dar numai în măsura în care acestea aduc profit), pe de altă parte este precaută față de modificările radicale și caută să prezeve ordinea dominantă, căci tocmai aceasta asigură succesul financiar.

Ca reacție la această modernitate burgheză, începând cu secolul al XIX-lea, se cristalizează o *modernitate estetică*, pentru care înclinațiile mercantile ale clasei de mijloc devin sursa unui dispreț infinit. În acest context, se construiește tipologia *filistinului*, care întruchipează tot ce e mai detestabil în rândul clasei de mijloc: ipocrizie, superficialitate, mediocritate, conformism, vulgaritate, un amestec de cinism și sentimentalism ieftin – toate mascate sub aparența înșelătoare a unor preocupări așa-zis intelectuale. Prin inventarea figurii filistinului, modernitatea burgheză este redusă la cel mai de jos numitor comun și, astfel, se vede echivalată cu apetitul pentru valori materiale și ignoranța față de valorile intelectuale autentice. Acesta este contextul în care apare și exigența de a-l uimi, de a-l provoca pe burghez (*épater le bourgeois*); de

aceea, confruntarea cu burghezia capătă forma unei ofense estetice, care accentuează creativitatea, imaginația, revolta, erudiția și cultul pentru inovație, combinat cu desconsiderarea eficienței. Ducând mai departe observațiile lui M. Călinescu, am putea adăuga că elementul de radicalitate al modernității estetice constă în substituirea evoluției cu revoluția, adică în abandonarea încrederii naive în emancipare, concomitent cu asumarea unui ideal al inovației artistice. Eliberată de iluzia că avansul tehnologic va duce la dezvoltarea spirituală a indivizilor, modernitatea estetică va cultiva noutatea nu de dragul progresului, ci de dragul noutății înseși.

### **Observații finale și perspective viitoare**

Deși au metodologii și mize diferite, atât distincția lui Michel Foucault, cât și cea a lui Matei Călinescu au în comun același clivaj formal între: **(i)** o modernitate a progresului liniar și **(ii)** o modernitate a noutății radicale. Să le luăm pe rând.

**(i)** Conceptul de modernitate ca perioadă (M.F.) și ideea burgheză de modernitate (M.C.) presupun, în fundal, un concept de excelență, care se atinge în urma unui proces liniar, cumulativ și treptat, bazat pe înlăturarea erorilor trecutului. Din acest punct de vedere, trecutul nu este neapărat rău. Acesta ne oferă un set de lecții, adică de greșeli, pe care ar trebui să le evităm, dar și de bune practici, pe care trebuie să le urmăm. Trecutul este deci o colecție de lucruri verificate și familiare, care – dacă sunt înțelese corect – oferă predictibilitate, maturitate, stabilitate și promisiunea unui progres lent, dar sigur. Ceea ce înseamnă că actualitatea este intim conectată cu tradiția, iar noul nu poate apărea decât pe edificiul vechiului. Am putea trasa o analogie între acest tip de modernitate și ideea de progres științific. În știință, schimbările sunt în

principiu minore<sup>25</sup>, iar achizițiile sunt graduale și vin în prelungirea firească a unor rezultate anterioare. În acest sens, schimbarea nu este făcută de dragul schimbării, ci în numele adevărului (sau – cum ar zice Karl Popper – al „verosimilității”). Vorbim, evident, despre știința modernă, iar cu această ocazie merită spus că atât modernitatea ca perioadă, cât și apariția burgheziei sunt imposibil de gândit în absența transformărilor epistemice ce au loc începând cu secolul al XVI-lea. Fără revoluția științifică, care face posibilă revoluția industrială și care, astfel, contribuie la dezvoltarea capitalismului, nu am putea vorbi nici despre epoca modernă, nici despre înflorirea clasei de mijloc.

(ii) La polul opus, atât conceptul de modernitate ca atitudine (M.F.), cât și modernitatea estetică (M.C.) presupun tacit că excelența nu este rezultatul unei evoluții graduale, ci al viziunii extravagante, al experimentelor îndrăznețe și al modificărilor radicale. Or, acest lucru presupune o fractură în raport cu trecutul, ceea ce face ca relația actualității cu tradiția să fie una de ostilitate. Spre deosebire de primul tip de modernitate, care glorifică precauția, continuitatea și maturitatea, modernitatea estetică prețuiește riscul, curiozitatea și jocul. Aceasta nu încearcă să descopere un adevăr latent, ci caută să inventeze noi forme de expresie și să șocheze prin propuneri inedite. Iar, din acest punct de vedere, putem identifica o conexiune mai mult decât evidentă cu arta modernă. Nu e deloc surprinzător că Foucault își întemeiază conceptul de „atitudine” pe lectura textului lui Baudelaire, „Pictorul vieții moderne”, iar Călinescu susține că modernitatea estetică este punctul de plecare al modernismului și al tuturor avangardelor.

---

<sup>25</sup> Există desigur și teoria lui T.S. Kuhn despre revoluție științifică, care presupune o schimbare de paradigmă, nu doar o evoluție graduală, însă chiar și, în cazul teoriei lui Kuhn, schimbările sunt extrem de rare.

Arta modernă, pe care cu greu o putem închipui fără pasiunea sa anti-burgheză sau în lipsa unui ethos al reinventării, este triumful a ceea ce este interesant asupra a ceea ce este adevărat. Altfel spus, „adevărul” artei moderne constă în capacitatea ei de a șoca, de a transmite un mesaj puternic, de a fi interesantă și inovativă. Pentru aceasta, schimbarea nu este făcută în numele vreunui progres științific sau tehnologic, ci de dragul schimbării înseși. În acest context, merită amintită și celebra injoncțiune a lui Rimbaud, care, în a doua jumătate a secolului al XIX-lea, declara că trebuie să devenim cât mai moderni cu putință („Il faut être absolument moderne”<sup>26</sup>). Din perspectiva lui Rimbaud, modernitatea nu este o perioadă istorică, ci o prezență sau, mai exact, calitatea de a trăi într-o manieră plenară acest prezent care se schimbă în continuu. Este o stare a minții pe care o posedă individul capabil să își dorească și să înfăptuiască noul. Astfel, sentința lui Rimbaud este un ecou al strigătului poetic al lui Baudelaire care își dorește „ceva nou”<sup>27</sup> și anticipează faimosul imperativ al marelui modernist Ezra Pound: „Make it new!”.

Sintetizând toate aceste sentințe cu aceeași sintagmă cu care am explicat sursa schimbărilor din domeniul modei, s-ar putea spune că sursa atitudinii de modernitate sau, altfel spus, a modernității estetice nu este altceva decât *voința de actualitate*. Iar, cu această ocazie, cred că afinitatea profundă dintre fenomenul modei și ideea de modernitate a devenit mult clară. Nu doar că una reprezintă – așa cum se afirmă îndeobște – condiția de dezvoltare a celeilalte, dar ambele împărtășesc aceeași „condiție de posibilitate”.

---

<sup>26</sup> Rimbaud, A. (1999). *Une Saison en Enfer*, Paris: Gallimard.

<sup>27</sup> E vorba despre celebra strofă din „Călătoria”, aleasă, de altfel, ca motto al lucrării de față: „Otrava ta ne-o toarnă drept balsam și ne lasă/ Să ne-afundăm în hăul cel fără de ecou!/ Și, dacă va fi raiul sau iadul, nu ne pasă!/ Un singur gând ne arde: să dăm de **ceva nou**” (subl.meă).

Și totuși, o întrebare incomodă, la care nu m-am referit deloc și care vizează ambele fenomene, este următoarea: în societatea actuală, care a cunoscut de un secol încoace o abundență nemaivăzută de propuneri noi și șocante, care a banalizat oferta de actualitate până când, în mod paradoxal, a făcut ca noutatea veritabilă să fie tot mai rară – ei bine, în lumea noastră, nu cumva atât moda, cât și arta au abandonat imperativul înnoirii? Nu cumva logica inovării a făcut loc unei logici a reciclării, în care cele mai noi produse nu sunt deloc noi, ci doar niște comentarii mai mult sau mai puțin incitante pe marginea unor opere care și-au epuizat deja actualitatea? Însă o astfel de întrebare necesită un răspuns lung și complicat, care face obiectul unei noi investigații.