

Karolina Sztukowska

## «Hva sier klær?»

Analyse av mote i Folkerepublikken Polen på 70-tallet. Mote som et verktøy for analyse av samfunn og kultur.



Universitetet i Sørøst-Norge  
Fakultet for humaniora, idretts- og utdanningsvitenskap Institutt for kultur, religion og samfunnsfag

Gullbringvegen 36  
3800 Bø i Telemark

<http://www.usn.no>

© 2022 Karolina Sztukowska

Denne avhandlingen representerer 60 studiepoeng

## **Forord**

Denne oppgaven var en reise. Det som startet som en reise for å bedre forstå mote som et fenomen, ble til en reise for å bedre forstå polsk kulturarv og historie.

Jeg er takknemlig for alle som har blitt med på denne reisen.

## **Sammendrag**

Mote er et dynamisk fenomen som sier mye både om individer og om et samfunn. Den peker på samfunnets kjøpevaner og preferanser, men også på deres identitet. “Hva sier klær?” er et prosjekt der jeg undersøker mote som et fenomen, gjennom nærmere analyse av Folkerepublikken Polen på 70-tallet. Ved bruk av forskjellige analytiske tilnærminger som material kultur (Riello), et strukturelt funksjonelt perspektiv (Kawamura) og semiologi (Barthes), forsker jeg på forholdet mellom mote og samfunn, undersøker jeg mote som institusjon, og jeg forsøker å forstå mote som språk. I det jeg analyserer 70-tallet i et kommunistisk land, ser jeg nærmere på relasjonene mellom mote og det totalitære systemet, for å se hvordan mote, som ofte er et uttrykk for frihet, ble i et land som ikke var suverent.

I min analyse, studerer jeg bøker, motespalter, intervjuer og videoer fra Polsk Film Kronikk, for å lære mer om mote og samfunn i Folkerepublikken Polen på 70-tallet. Jeg ser på de forskjellige aspektene i forholdet mellom mote og samfunn som imitasjon, smak og forholdet mellom mote og kvinner. Jeg analyserer hvordan institusjoner påvirker mote som et felt og jeg ser på feltets strukturer gjennom en analyse av motens produksjon og forbruk. Til slutt ser jeg på mote som språk, for å kunne avsløre hva mote kan kommunisere, og hvordan klær kan fungere som tegn. De forskjellige analytiske tilnærminger, gir meg et større innblikk i hvordan mote fungerer som et fenomen i et kommunistisk land, men peker også på hva slags muligheter det finnes i en moteanalyse, for å kunne forske på samfunn, kultur og ikke minst, historie.

# Innholdsfortegnelse

<b>Forord</b> .....	<b>3</b>
<b>Sammendrag</b> .....	<b>3</b>
<b>Innholdsfortegnelse</b> .....	<b>4</b>
<b>1 Innledning</b> .....	<b>7</b>
1.1 Hvorfor valgte jeg tema?.....	7
1.2 Problemstilling .....	9
1.3 Begreper .....	10
<b>2 Historisk kontekst</b> .....	<b>12</b>
2.1 Historisk innledning.....	13
2.1.1 Polen etter andre verdenskrig .....	13
2.1.2 Stalinisme .....	13
2.1.3 Mislikte kollektivisering og Kirken som en alternativ maktkilde .....	14
2.1.4 Mot den nye Folkerepublikken.....	15
2.1.5 Gomulka: fra håp til terror .....	15
2.1.6 Gierek: fra nytt forbrukersamfunn til økonomisk ruin.....	16
2.1.7 80-tallet: fra krigstilstand til frihet.....	18
2.2 Industri i Folkerepublikken Polen.....	19
2.2.1 Folkerepublikken Polen: nytt land, nye strukturer .....	20
2.2.2 60-tallet: eksport, effektivitet og kvantitet.....	20
2.2.3 70-tallet: investering i (ingen) fremtid .....	21
2.2.4 Łódź: hjertet av industrien .....	22
2.3 Kvinner i kommunismen: modernitetsprosjekt.....	23
2.3.1 Likestilling: et baklengs prosjekt .....	23

2.3.2	Kvinne under kommunismen har mange ansikter .....	24
2.3.3	Kvinner og utdanning .....	25
2.3.4	Før man blir en kvinne, er man en jente: ungdomskulturen.....	26
2.3.5	Skjønnhetsidealer: skjønnhet i endring .....	27
<b>3</b>	<b>Teori.....</b>	<b>29</b>
3.1	Mote og samfunn: Imitasjon, smak, kollektivt valg .....	29
3.2	Mote som institusjon.....	32
3.2.1	Forbruk .....	33
3.2.2	Produksjon.....	33
3.2.3	Magasiner og reklamer .....	35
3.3	Mote som språk .....	36
3.4	Mote og kvinner .....	38
3.5	Mote og tid .....	40
<b>4</b>	<b>Metode .....</b>	<b>41</b>
4.1	Metodologiske tilnærminger i moteforskning .....	41
4.2	Metodologiske valg jeg tok.....	43
4.3	Vurdering av eksisterende materialer og kilder .....	45
4.4	Et forsøk på intervju .....	47
4.5	Endelig empiri .....	49
4.6	Min rolle som en forsker .....	49
<b>5</b>	<b>Analyse .....</b>	<b>50</b>
5.1	Mote og samfunn.....	50
5.1.1	Mote som en form for imitasjon.....	51
5.1.2	Mote og smak .....	54
5.1.3	Mote og kvinner .....	58

5.2	Mote som institusjon.....	62
5.2.1	Mote og makt.....	63
5.2.2	Designere.....	64
5.2.3	Motevisninger.....	70
5.2.4	Strukturer i feltet.....	71
5.2.5	Produksjon.....	73
5.2.6	Magasiner og reklame.....	80
5.2.7	Salg og forbruk.....	81
5.3	Mote som språk.....	87
5.3.1	Enkelte plagg: tegn i endring.....	88
5.3.2	Mote som et syntaktisk system.....	100
5.3.3	Tendenser i mote og deres betydning.....	106
<b>6</b>	<b>Avslutning og refleksjon.....</b>	<b>110</b>
	<b>Litteraturliste.....</b>	<b>114</b>
	<b>Oversikt over figurer.....</b>	<b>120</b>

# Kapittel 1. Innledning

## 1.1 Hvorfor valgte jeg tema?

Mote og klær, er former for kultur, som alle deltar i. Uansett om man velger klærne på en bevisst, eller ubevisst måte, er det ingen tvil, om at det å kle seg er en stor del av hverdagen. Derfor er mote et spennende fenomen å analysere ut ifra samfunns- og kulturperspektivet.

Mote er et stort og komplekst fenomen, og må derfor avgrenses for å kunne bli analysert i en masteroppgave. I det jeg lurte på hva mitt fokusområde kan være, hørte jeg på en podkast om møbeldesign i Polen etter andre verdenskrig. Jeg var overrasket over å høre, at til tross for det kommunistiske systemet i landet, var møbeldesign på høyt nivå og møblene var av en skikkelig god kvalitet. Det overasket meg, ettersom jeg aldri har assosiert et kommunistisk land med en god design. Tvert imot, ble jeg alltid fortalt, at i denne perioden var det vanskelig å kjøpe noe, at det var lange køer og alt var grått. Denne podkasten satt i gang tankene mine, som resulterte i at jeg begynte å reflektere over mote i Polen i denne perioden.

Den kommunistiske tiden er ferdig for lenge siden, men den er fortsatt veldig levende i samfunnets minner, i medier, bøker og i museer. Det snakkes mye om den, der alle presenterer sin sannhet, som blandet med nostalgi resulter i at det oppstår mange myter om perioden, og til slutt kan man ikke være sikker på hvordan det faktisk var. Et eksempel på det, er en bok, som er en del av min analyse, den heter *“Det er ikke mine kameler”* skrevet av Aleksandra Boćkowska. Tittelen på boken, referer til et kjent mønster på tekstil, kamelene, som alle husker annerledes. I hvordan de forskjellige damene beskrev plagget som de enten hadde, eller så et sted, som var laget av dette stoffet, var det ingen enighet i det hvordan stoffet så ut, ble laget, eller hvem som designet det. Det peker på at den kommunistiske perioden har blitt mytologisert, og alle har sine versjoner og sine opplevelser av perioden, preget av en blanding av fakta og nostalgi. Til tross for at det finnes mange historiske bøker som forteller historien til Polen etter andre verdenskrig, finnes det også mye som er uklart. Etter mange år med sensur, propaganda, forfalsket virkelighet og forfalskede biografier og hendelser, jobber historikere fortsatt i dag med å gradvis rekonstruere den faktiske virkeligheten i Polen under kommunismen (Eisler, 2018).

Mote er en stor del av verdens økonomi, og er derfor ofte analysert i kontekst av kapitalismen, vestlige land og forbruk. I min oppgave, ville jeg forske på mote i kontekst av kommunisme, byråkrati og stadig mangel på varer. Denne oppgaven er ikke en komparativ analyse mellom østlige og vestlige land, eller mellom deres politiske systemer, men i mange aspekter av denne oppgaven, referer jeg til, eller bruker Vesten som kontekst. Det som skjedde i motefeltet i Polen etter andre verdenskrig var ofte påvirket av det som skjedde i vestlige land, og derfor, til tross for at min analyse handler om et østlig land, er vest fortsatt veldig mye til stedet i oppgaven.

Mote er et dynamisk fenomen som sier mye både om individer og om et samfunn. Ikke bare om samfunnets kjøpevaner og preferanser, men også om deres identitet. Gjennom klær, kan man utrykke sine interesser, preferanser og politiske synspunkter. Måten man kler seg på kan både gi uttrykk for ens individualisme, men også ens tilhørighet til en viss gruppe, kultur og subkultur. I det totalitære systemet skulle den kommunistiske ideologien dominere alle livsområder. Ikke bare det politiske, økonomiske og samfunnsrelaterte, men også det private, intime og personlige. Kommunistisk system skulle være den eneste formen for identifikasjon. Så hvordan kunne man utrykke seg i et univers, hvor individualisme var sett på som negativt? Hvordan kunne man utrykke sin identitet gjennom klær under et politisk system i hvilket alt var propaganda? Hvordan fungerte mote under et totalitært system? Har det kommunistiske styret klart å redusere mote til sine praktiske formål?

Analyse av mote i en slik periode kan si mye om forskjellige måter mennesker klarte å utrykke sin individualisme på og hvordan klær var en måte på å manifestere drømmer om en bedre, friere verden. Det å analysere mote i et land og i en periode da ytringsfrihet var begrenset, kan være interessant, for å lære mer om hvordan klær kommuniserte og hvordan man kunne utrykke seg gjennom klær.

Formålet med oppgaven er å analysere mote og klær, for å kunne forstå deres evne til å kommunisere. Jeg forsøker å se på hva mote kan kommunisere og hvordan den kommuniserer. Ettersom mote er et komplekst fenomen, forsøker jeg å angripe den fra forskjellige perspektiver, for å kunne se hva slags analytiske muligheter som finnes i analyse av moten, som et verktøy for å kunne analysere kultur og samfunn.



## 1.2 Problemstilling og begreper

*«Skjønnhetskulturspørsmål representerer et dynamisk nytt forskningsfelt, og gir et nytt perspektiv på historien til landene bak jernteppet. De viser at hverdagslivet til kvinner under kommunismen ikke kan reduseres til en grå tilværelse fylt med et mangfold av yrkes- og familieplikter under de vanskelige forholdene i «knapphetsøkonomien», utslitte husmødre eller stalinistiske formenn. (Stańczak-Wiślicz, Perkowski, Fidelis, Klich-Kluczevska, 2020: 673)*

Forholdet mellom mote og det kommunistiske systemet er en viktig del av denne oppgaven, men det hadde ikke vært mulig å studere mote i Polen i hele perioden etter andre verdenskrig. Derfor bestemte jeg for å avgrense perioden til nærmere analyse av 70-tallet, ettersom de var, for meg, mest interessante, både i forhold til det som skjedde i moten, men også det som skjedde i landet. 70-tallet var perioden da Polen var både preget av stor økonomisk utvikling, blomstring av forbruk og åpning for vestlig innflytelse i starten av dekadene, og av en stor økonomisk krise mot slutten av perioden. Til tross for at i analysen, er det 70-tallet som står sentralt, velger jeg å skrive mye om hele perioden i mitt kontekstkapittel. For å kunne forstå den utvalgte dekadene, er det viktig å ha en bredere forståelse for det som skjedde med landet etter andre verdenskrig. En annen avgrensning jeg velger, er å fokusere på mote for kvinner. Selv om i det jeg analyserer forholdet mellom mote og et samfunn, referer jeg ikke kun til kvinner, men det er kvinner som står sentralt i andre deler av oppgaven.

Denne oppgaven består av flere elementer, der jeg ser på mote og klær fra flere forskjellige analytiske perspektiver, for å bedre kunne forstå hva motens betydning var i kontekst av et kommunistisk land og samfunn, hvordan motefeltet var strukturert og hvordan mote fungerte som språk.

I første delen, ser jeg på mote og samfunn, for å studere nærmere mulige forhold mellom mote som et fenomen og et samfunn. Jeg ser på forholdet mellom mote og smak, mote og kvinner, og mote som en mulig form for imitasjon. I andre delen ser jeg på mote som institusjon, der jeg ser nærmere på design, produksjon, motemagasiner og forbruk. Jeg går gjennom alle de forskjellige stegene både i hvordan mote er skapt og forbruket, for å kunne forstå motens

dynamikk og hvordan de forskjellige delene av feltet påvirker den. I den siste delen, ser jeg på motens språklige virkelighet, der jeg studere mote som språk. Med utgangspunktet i strukturalisme og semiologi, ser jeg i denne delen på mote som system bestående av tegn fylt med mening. Gjennom å analysere motespalter fra perioden 1970-1979, forsøker jeg å forstå hvordan de forskjellige klesplaggene blir til tegn og hvordan mote blir til språk.

Alle delene, skal hjelpe meg å forstå motens kompleksitet, dynamikk og svare på oppgavens problemstilling som er:

### **Hva kan man lære om samfunn og kultur ved å analysere mote?**

For å kunne svare på problemstillingen, skal jeg reflektere over en rekke andre spørsmål, som:

Hva er forholdet mellom mote og samfunnet? Hvordan fungerte motefeltet i et kommunistisk land? Hva kommuniserer mote og hvordan mote kommuniserer? Hva kan mote gi uttrykk for og hvilken funksjon kan mote ha?

Ettersom oppgaven min handler om en historisk periode, vil jeg også se på forholdet mellom mote og historie, som resulterer i et spørsmål: **Hva og hvordan forteller mote om periodens samfunn og kultur?**

Måle med oppgaven, er å forsøke å svare på de spørsmålene, men også å se på muligheter en moteanalyse kan tilby.

### **1.3 Begreper**

I det man snakker om mote som et fenomen, er det viktig å understreke skillet mellom mote og klær. Klær er fysiske objekter, men mote er et større, abstrakt begrep som referer til disse objektene. Kawamura skriver at *mote formidler en rekke ulike sosiale betydninger mens klær er de generiske råvarene til det en person har på seg* (Kawamura, 2005: 3). Videre skriver hun at *mote er ikke et visuelt klesplagg, men de usynlige elementene som er inkludert i klær* (Kawamura, 2005: 4). Så i denne oppgaven behandles mote som et abstrakt begrep, som har sitt utgangspunkt i klærne som fysiske objekter.

Et annet viktig begrep i denne oppgaven er et system. Jeg definerer to hoved bruk av begrepet. For det første, system brukes i oppgaven om mote som et ikke-verbalt språk, der jeg tar i bruk en strukturalistisk tilnærming, for å se på mote og deres strukturer, for å avsløre motens betydning. For det andre brukes begrepet system om systemet innenfor motefeltet, altså mote som et institusjonalisert system. Dette betyr at jeg ser på mote, som et felt bestående av flere aktører / institusjoner, for å lære mer om feltets dynamikk og dermed motens betydning i et samfunn.

I denne oppgaven, når jeg skriver om Polen etter andre verdens krig, så kaller jeg den for Folkerepublikken Polen. Selv om Folkerepublikken Polen ble et offisielt navn på landet i 1952, bruker jeg begrepet, som mange historikere gjør, til hele perioden, fra slutten av andre verdenskrig til 1989 (Eisler, 2018).

I det jeg skriver om mote, velger jeg å oversette mesteparten av navn på institusjoner, men det finnes også to, som jeg nevner i opprinnelig, polsk form. En av dem er *Moda Polska* (Polsk Mote) som var et statlig motehus i Folkerepublikken Polen. Den andre er *Cepelia* som var fonetisk forkortelse av navnet *Centrala Przemysłu Ludowego i Artystycznego*, altså Hovedkvarter for folke- og kunstnerisk industri.

Til slutt vil jeg avklare to franske begreper, som er grunnleggende i det å forstå motefeltet. Det første begrepet er *haute couture* som i direkte oversettelse betyr høy skreddersøm. I følge store norske leksikon er *uttrykket haute couture er et juridisk beskyttet begrep som ble lansert i 1945 og tillatelse til å benytte betegnelsen blir gitt motehus som oppfyller følgende bestemmelser:*

*De skreddersydde klærne må produseres i motehusets eget atelier med minst 15 heltidsansatte. Kolleksjonene som vises i januar og juli må inneholde minst 50 originale design og antrekk både for dag- og kveldstid. Antrekkene skal spesialsys til den enkelte klient og plaggene trenger mer enn en prøving* (SNL, Storlien, 2022)

For at et motehus kan kalles for *haute couture*, må den være en del av organisasjonen *Chambre Syndicale de la Couture*.

Det andre franske begrepet som jeg vil avklare er *prêt-à-porter*. *Prêt-à-porter* er et begrep som også er brukt for kolleksjoner laget av motehus, men det er *modellsydde klær som er laget i*

*begrenset antall. I direkte oversettelse betyr det 'ferdig til å bæres' (SNL, Storlien, 2022).* Begrepet ligger mellom *haute couture*, og konfeksjon, som er masse produksjon i standardiserte størrelser. *Prêt-à-porter* er mindre personlig og mer standardisert enn *haute couture*, ofte laget av mindre luksuriøse tekstil, men er fortsatt laget av motehus og er ikke masseproduksjon.

## Kapitel 2. Historisk kontekst

Klær skal i denne oppgaven analyseres som hverdagsobjekter. De kan fortelle mye om et samfunn, kultur og mennesker. For å kunne forstå mote og tolke motens betydning i det analyserte samfunnet, er kjennskap til historien nødvendig. Mote er et resultat av tiden den er skapt i og derfor forståelsen av perioden kan være hjelpsom for leseren. Derfor i dette kapitlet, skal jeg presentere utvalgte hendelser fra Folkerepublikken Polens historie, som var perioden etter andre verdenskrig frem til 1989.

I utarbeidelsen av dette kapitlet har jeg valgt å bruke følgende bøker: "*Førtifem år som rystet Polen. Politisk historie 1944-1989.*" av Jerzy Eisler, "*Stor industri, stor stilhet*" skrevet av Zysiak, Kocemba-Żebrowska, Madejska, Kurkowska, Szymanski, Różycka-Stasiak og Gruda og "*Kvinner i Polen 1945-1989. Modernitet, likestilling og kommunisme.*" av Katarzyna Stanczak-Wiślicz, Piotr Perkowski, Małgorzata Fidelis og Barbara Klich-Kluczevska. Jeg har valgt de kildene fordi de gir et helhetlig bilde av emnet. Jeg er klar over at utvalget av bestemte bøker har betydning for både kontekst og min egen forståelse. Historie er tolkninger av fortiden. Historikere kan ha forskjellige måter å tolke fortiden på, samtidig vil subjekter tolke historikernes fremstillinger. Hvilke aspekter av historien og hvilke historiske hendelser jeg velger å presentere, kan påvirke hvordan leseren kan tolke min oppgave. Derfor er det viktig å understreke at denne delen, kun er et utvalg, som skal skape mest mulig helhetlig kontekst for min egen analyse. Den vil ikke gi en helhetlig forståelse av kommunismen, eller av historien til Folkerepublikken Polen. Denne delen skal være et verktøy og fungere som kontekst for leseren.

## **2.1 Historisk innledning**

Jeg baserer min historiske kontekst på boken *“Førtifem år som rystet Polen. Politisk historie 1944-1989.”* av Jerzy Eisler. Han er en polsk historiker, professor i humaniora, akademisk lærer og direktør for Warszawa-avdelingen til Institute of National Remembrance. Eisler har fått flere priser for sitt arbeid blant annet Offiserskors av Polonia Restituta-ordenen og Sølv og gull Cross of Merit. Han er spesialist i nyere historie av Polen, og er derfor en god kilde til oppgavens historiske kontekst. Boken gir et godt bilde av Polens politiske historie, og periodens kompleksitet.

### **2.1.1 Polen etter andre verdens krig**

Etter andre verdenskrig møttes USA, Storbritannia og Sovjetunionen for en konferanse i Jalta for å diskutere Polens fremtid. Bare det faktum at Polen ikke fikk delta i møtet, gir indikasjoner på landets posisjon i verdenssamfunnet etter andre verdenskrig. På dette tidspunktet hadde Polen to separate, uavhengige myndighetene som eksisterte parallelt. En i London, som var på flykt fra krigen, og som ble støttet av vesten. Den andre var etablert i Polen, og støttet av Sovjetunionen. På møtet i Jalta ble Polens nye grenser bestemt, som resulterte i at Polen mistet en del av territorier i øst samt Lwow og Wilno og fikk nye territorier i vest. Det ble bestemt at det skulle arrangeres frie valg, som skulle gi grunnlag til en ny regjering. Valgene tok plass i 1947 og var ikke frie. Det er viktig å understreke at alt som skjedde i Polen under den kommunistiske tiden var avhengig av det som skjedde i Sovjetunion. De som “styrte” Folkerepublikken Polen kunne velge utviklingsretning for landet bare innenfor de rammene som Sovjetunion aksepterte (Eisler, 2018).

### **2.1.2 Stalinisme**

Den første perioden etter krigen kalles ofte for stalinisme og gjelder årene 1944 – 1956. Militær støtte fra Sovjetunionen ga kommunister muligheten til å ta over makten i landet. Karakteristisk for perioden var myndighetens brutalitet. Først var brutaliteten rettet mot personer som manifesterte sin motstand mot det kommunistiske systemet, men etter året 1948 var den rettet mot alle. Alle levde i frykt. Kommunismen i landet var ikke kun et politisk system eller

ideologi. Den dominerte alle livsområdet inkludert det private, og ikke etterlot rom for religion. Det ble problematisk i et land hvor 90% av befolkning definerte seg selv som katolske, noe som førte til mye propaganda og sensur. Det Polske Arbeiderpartiet hadde maktmonopol, og sovjetisering av landet var godt i gang. Marxistiske og Leninistiske verdier ble dominerende fremover. Sovjetunionen definerte den «nye» arbeidsmoralen, som handlet om effektivitet og ønsket om nye rekorder. Arbeiderne ble til nye nasjonale helter, mens entreprenørskap ble sett på som absolutt ondskap som måtte fjernes.

### **2.1.3 Mislikte kollektivisering og Kirken som en alternativ matkilde**

Før krigen, var Polen et jordbruksland, og bøndene hadde en sentral rolle i landet. Når kommunister gradvis tok over makten etter krigen, la det grunnlag for jordbruksreform. Jordbruket skulle kollektiviseres av både økonomiske og ideologiske grunner. Alt overskudd fra jordbruk skulle fra og med dette tidspunktet gå til Staten og bondeklassen skulle transformeres til en ny arbeiderklasse.

Kollektivisering var en del av sovjetiseringen, hvor strukturer fra Sovjetunionen var utgangspunktet for ny organisering av landet. Som resultat av kollektivisering ble det opprettet landsbrukssamvirkeland. Bønder var imot disse forandringene og fant støtte hos Den katolske kirke. Men det var ikke rom for kirken i den nye, dominerende ideologien i landet. Det var ikke kun religion og det spirituelle som var problematisk, men også kirken som institusjon. Den katolske kirken hadde en sterk posisjon i landet og var i politisk opposisjon med stor samfunnsstøtte. Spesielt i landlige områder spilte kirken en stor rolle i samfunnet. På denne tiden hadde bønder og den katolske kirken en felles fiende i de kommunistiske myndighetene, noe som forsterket deres relasjon. Ved den hellige messen holdte prester taler som ga bønder trøst og styrke til å kjempe. Til slutt var kollektivisering mislykket grunnet stor motstand fra både befolkning og kirken.

### **2.1.4 Mot den nye Folkerepublikken**

I 1952 ble Folkerepublikken Polen landets offisielle navn. Etter krigen hadde landet Europas største skadeindikator per person. Selv om befolkning var imot det kommunistiske styret, hadde de også behov for stabilisering og bedre liv. På denne tiden var det stor fattigdom med manglende varer på butikker som resulterte i innføring av en bong system, og personer brukte bonger for å kunne kjøpe varer. Denne ordningen gjaldt ikke alle ettersom mennesker som var høyt oppe i Arbeiderpartiet hadde mulighet å kjøpe i spesielle butikker fylt med flere varer.

Folk tjente lite, og for å få muligheter og bedre stillinger måtte man være lojal mot Arbeiderpartiet. Kunst og kultur var dominert av sosialistisk realisme, som resulterte i masse produksjon av verk om arbeidere, klassekamp og nye sosialistiske symboler. I Warszawa resulterte det også i kultur og vitenskapspalasset som til dagen i dag minner beboerne om sosial realistisk arkitektur. Men det var ikke kun kunst og kultur som var utviklet i kun en bestemt retning. Vitenskap var også utviklet kun på de områdene som myndighetene anså som avgjørende. Felt som sosiologi og kybernetikk ønsket de å «utviske». I 1952 ble det etablert ny konstitusjon, hvor blant annet navnet Folkerepublikken Polen ble offisielt. Konstitusjon var personlig redigert av Josef Stalin, som også understrekte hvor lite suverent Folkerepublikken Polen var på denne tiden. I 1953 døde Stalin, men det tok tre år til før man kunne se konsekvensene av det i Polen og forandring som fulgte etter hans død.

### **2.1.5 Gomulka: fra håp til terror**

I 1956 Władysław Gomułka tok over som første sekretær i Polsk Arbeiderpartiet og som hoved figur som skulle styre Polen de neste 14 år. Selv om det var det samme politiske systemet, ga Gomułka samfunnet håp om endringer som stemte nok i starten. Det ble mindre restriksjoner, sensur og mindre terror. Det ble også slutt på å forsøke å kollektivisere jordbruk, dersom det ga de nye myndighetene mer samfunnsstøtte. Det var ingen tvang om å lage kunst som representerte sosialistisk realisme og det ble lettere tilgang på amerikanske filmer og litteratur. Perioden som kalles for tørrværsperioden varte ikke lenge, og allerede på av 60-tallet myndighetene begynte å trekke tilbake denne friheten befolkning kunne smake på. Det resulterte i at ytringsfriheten ble begrenset på forskjellige måter. Færre magasiner gikk i trykken, og mindre penger ble investert i

kunst og kultur. Første sekretæren kritiserte skapere for å eksperimentere for mye og for å bruke ekte arbeiderne som inspirasjon for lite, som resulterer i kunstverker som ikke var representable for landet. Til tross for disse begrensingene, var Polen allikevel det landet som var ansett som mest åpent i øst-blokken

Siste årene i Gomułka sin tid var igjen fylt med terror og frykt. Året 1968 ble husket verden rundt som året med student manifestasjoner og streiker. Dette fenomenet fant stedet også i Folkerepublikken Polen, men det var nok ikke streikene av samme karakter. I Folkerepublikken Polen studentene manifesterte for ytringsfrihet. De kommunistiske myndighetene var ikke åpne for dialog med studenter og foretrukket å svare på streikene med vold. Mange av de som deltok i de streikene sa at det var de blant de viktigste livshendelsene deres. En del av dem ble også litt over 10 år senere en del av NSZZ Solidarność, fagforening, som ble til første lovlig opposisjon i landet. På denne tiden myndighetene drevet stor kampanje anti studenter, men også anti jøder, som resulterte i at mange måtte flykte fra landet blant dem viktige personer fra kulturfeltet.

Under Gomułka sin regjering kjøtt var en strategisk vare og kjøttpriser var som et samfunnsbarometer. Samfunnet var fornøyd da kjøtt var billig. Men bort sett fra kjøtt, var det også prisøkning på varer som resulterte i at det var ofte flere medlemmer i en familie som måtte jobbe, for å kunne klare seg økonomisk.

Penger var ikke eneste utfordringen. Gjenoppbygning av landet etter krigen gikk sakte og grunnet det hadde Polen stor boligkrise. De klarte ikke å bygge nok nye boliger, og derfor mange måtte vente flere år for leiligheter. Til tross for økonomisk stagnasjon og lav levestandard, var det noen suksesser i denne perioden. Blant de var produksjon av Fiat 125p og eksport av kobber og sink. Folkerepublikken Polen under Gomułka utviklet seg ikke utmerket, men i hvert fall landet hadde ikke gjeld i utlandet, som forandret seg fort på 70-tallet.

### **2.1.6 Gierek: fra nytt forbrukersamfunn til økonomisk ruin**

Etter økte priser og arbeidernes streiker pasifisert av tungt våpen Gomułka mistet samfunnets tillit og det var på tiden med en ny person på toppen av partiet. I 1970 Edward Gierek tok over Gomułka sin posisjon som partiets første sekretær. Gierek skilte seg fra Gomułka i alt. Han var en elegant mann, som var både bereist og språkmektig. Han ga samfunnet håp om at Folkerepublikken Polen kunne være et mer europeisk land. Økte priser lå til grunn for



innbyggerens frustrasjon, noe som førte til at Gierek besluttet å fryse prisene for en periode. I tillegg lånte han penger fra vest for å heve levestandarden i landet.

Overgangen fra Gomułka til Gierek representerer en ny politisk vending, men også generasjonsskiftet. 70-tallet var perioden, da generasjonen som ble født og oppvokst etter krigen, ble voksen og mange av dem ble en del av Arbeiderpartiene. Det resulterte i en ny politisk retning, som åpnet landet til vest.

70-tallet (første halvparten) var en periode med blomstring av forbruk. Forbruk og vestlige varer var ikke lenger sett av myndighetene som et symbol på den vestlige ondskapen. Coca Cola, amerikanske filmer og bøker var endelig tilgjengelige i Folkerepublikken Polen. Flere hadde mulighet å reise og sensuren var mye mildere. Levestandarden økte og levestilen endret seg. Dessverre slik situasjon varte ikke lenge. Lånte penger ble ikke investert riktig, blant annet i utdaterte teknologier som resulterte i økonomisk tap. Gjeld som Folkerepublikken Polen hadde fra 70-tallet ble fortsatt betalt ned i starten av XXI århundret.

I starten av 70-tallet hadde befolkning mulighet til å nytte livet mer enn i andre perioder i løpet av kommunismen. Verken før eller etter denne perioden har ikke det polske samfunnet opplevd så pass høy levestandard (i kommunismen). Før var noen goder kun for folk som var lojale mot partiet. På 70-tallet hadde også andre mulighet for å få takket i varer (selv om partiets venner var fortsatt prioriterte når det gjelder biler og leiligheter). Mange som utaler seg om Gierek sin periode, sier at kanskje han klarte ikke å forandre landet, men han ga folk mulighet til å leve litt (Eisler, 2018: 1167). Denne utopien varte ikke lenge. I 1975 ble det innført noen redigeringer i konstitusjonen blant annet en paragraf som formalisere vennskapet mellom Folkerepublikken Polen og Sovjet Union. Det ble også innført en klausul som understrekte at en av borgers plikter var *pålitelig og samvittighetsfull utførelse av plikter overfor moderlandet* (Eisler, 2018: 1023). Det var disse fragmentene som fikk mest oppmerksomhet og skremte folk, ettersom det kunne tolkes på folkelige måtet og misbrukes av myndighetene. Etter dette året situasjonen i landet begynte å gradvis bli verre. Staten klarte ikke å holde lave priser, eller betale ned lånet. Nye, økte priser førte til ubalanse på indre markedet, som førte til at skremte folk begynte å hamstre. Det igjen resulterte i at Staten var nødt til å igjen innføre bonger for en god del varer (bong systemet eksisterte til slutten av kommunisme i Polen).

På slutten av dekadene en viktig hendelse fant sted. Karol Wojtyła ble paven Johannes Paul II. Denne viktige hendelsen for samfunnet var mye mindre relevant for myndighetene. Hans besøk i Polen ga håp til samfunnet og resulterte i at et år etter besøket fagforening Solidarność ble etablert.

Slutten av Gierk sin tid var fylt med stor økonomisk krise, skuffelse og streiker på landets skala. Streikene har spred seg og kommunister begynte å gradvis miste makt og kontroll. Men selv om mange i samfunnet var misfornøyde med kommunister og mangel på frihet generelt, var det ikke av disse grunner mennesker streiket. Største problemet var økonomi.

### **2.1.7 80-tallet: fra krigstilstand til frihet**

Økonomiske utfordringer resulterte i streiker landet rundt. Året 1980 var historisk, dersom Lech Wałęsa (fremtidig president og vinner av Nobel fredspris) enkelt elektriker, som representerte streikende folk, skrev under en avtale mellom streikekomité og regjeringsskommisjon. På det tidspunktet, streikene på mange arbeidsplasser i landet ble støttet av intelligens miljøer og alle så en mulighet for endring i dem.

Fagforening Solidarność som representerte og støttet arbeiderne var ikke en typisk fagforening, men ble til den første, lovlige, politiske opposisjon i landet og fenomen på verdens skala. Det var en veldig eklektisk bevegelse, hvor det handlet først og fremst om solidaritet, menneskets frihet, sannhet, likhet for loven og patriotisme. Selv om Solidarność begynte å få sterkere politisk posisjon i landet, var kommunistiske myndighetene ikke klare eller åpne for dialog. Derfor i 1981, innførte general Wojciech Jaruzelski (blant annet Første sekretær og Statsminister) krigstilstand i landet. Det ble begrunnet at landet måtte kjempe mot anarki og løse økonomisk krise. Fra denne dagen livet i landet ble militarisert. Polititid, mennesker i militære klær på tv, stengte skoler, grenser og telefoner. Forbud av private samlinger og slutten av korrespondansehemmeligheten.

Problemet av Solidarność måtte løses og derfor mange av opposisjons aktivister var arresterte, ettersom de ble anerkjente som en fare for det sosialistiske systemet. Til tross for alt innsatsen, myndighetene klarte ikke å fjerne Solidarność, men de klarte å tvinge dem til å operere i "undergrunn". I krigstilstanden var det ikke kun Solidarność som flyttet sin aktivitet til

undergrunn, men det var også generelt sett kultur og sosial livet. I 1982 det å drive fagforening ble igjen ulovlig, og krigstilstanden gikk mot normalisering i landet. Det ble ikke før på slutten av 80-tallet at landet skulle forandret seg drastisk.

I denne perioden spilte Den katolske kirken stor rolle. Kirken var en viktig opposisjons institusjon som hadde stor samfunnsstøtte. Kirken var trakassert i alle dekadere under kommunismen. Mange prester ble arresterte, kirkens eiendom ble konfiskert, seminarer ble lagt ned. På 80-tallet kirken hjalp både dem som var arresterte og deres familier, men også kunstnere, forskere og journalister som grunnet situasjonen i landet ikke kunne publisere sitt arbeid innenfor de offentlige strukturene.

80-tallet var fylt med politisk kamp, økonomisk krise og stor isolasjon av Folkerepublikken Polen grunnet krigstilstand. Michail Gorbaczow, som ny generell sekretær i Sovjetunionen bidro i gradvis endring i landet som ga Folkerepublikken Polen rom for endring. Myndighetene hadde ikke samfunnets tillitt og det hadde Solidarność som samfunnet stolte på. Samtidig myndighetene hadde ikke en ide om hvordan kunne de forandret landet og løse krisen. Det resulterte i en av de viktigste hendelsene i Polens nyere historie som var rundbordssamtaler. Det var da representanter av myndighetene og opposisjonen hadde endelig felles dialog. Det resulterte i første på lenge frie valg, ny president og system transformasjon fra Folkerepublikken Polen til Republikk Polen III. Endelig som et suverent land.

## **2.2 Industri i Folkerepublikken Polen**

Mote kan defineres på forskjellige måter, men det er ingen tvil om at mote er først og fremst en stor industri.

For å skrive denne delen, har jeg brukt informasjonen publisert i boken "*Stor industri, stor stilhet*" skrevet av Zysiak, Kocemba-Żebrowska, Madejska, Kurkowska, Szymanski, Różycka-Stasiak og Gruda i 2020. Boken er et sammendrag av flere års arbeid til et team av mennesker tilknyttet Lodz Association of Urban Initiatives Topografie. Forfatterne til boken kommer fra forskingsmiljøet på forskjellige Universiteter, museer og institusjoner som fokuserer seg på forskning av industribyen Łódź sin historie. Boken introduserer for økonomisk historie til Folkerepublikken Polen og forteller om utvikling av industrien etter andre verdenskrig med hoved fokus på industri byen Łódź. Forfattere tilgjengeliggjør både historien, men også hvordan

det var å jobbe i fabrikkene. Denne boken samt tidligere nevnte boken til Jerzy Eisler, er hovedkilder til denne delen.

### **2.2.1 Folkerepublikken Polen: nytt land, nye strukturer**

Republikk Polen II, altså Polen før andre verdenskrig, var et jordbruksland. I løpet av andre verdenskrig nesten alle politiske grupper, snakket om nasjonalisering av industri. Allerede i løpet av krigen ble mange små industrianlegg samlet i større enheter som var underlagt Det Tredje Riket. Etter krigen all industrien skulle være nasjonalt.

I starten av 50-tallet ble det innført at enkeltanleggsbedrifter skulle være de grunnleggende økonomiske enhetene som skulle utføre oppgavene i statens økonomiske plan. Formålet til industrien var det å gjennomføre politiske mål og planer. Industrien var avhengig av myndighetene, dersom det var minister fra et felt samt finans minister som bestemte hvilke typer bedrifter det var og hvem som styrte dem. Direktør i en slik bedrift var ministervalgt og hans hoved oppgavene var det å følge på forhånd lagte planer. Industrien var en utvidelse av utøvende makt. Arbeiderpartiet, statlige stillinger og økonomi var sterkt koblet sammen. Ideen om et fritt marked var fremmed. Det fantes fagforeninger, men de var ikke uavhengige av Staten og derfor hadde ingen funksjon. Sovjetunionen var et forbilde for Folkerepublikken Polen, så landets utvikling var sterk avhengig av Sovjetunionens utviklings retning. På denne tiden, satset Sovjetunionen på tungindustrien og derfor Folkerepublikken Polens hovedfokus var metallurgisk og energi industrier. Lette industrier var nedprioriterte, og her blant annet tekstilindustri og alle andre industrier som fokuserte først og fremst på samfunnets behov.

Sentralisering av industri førte til mange problemer, blant annet lite effektivitet og mye byråkrati. Derfor i 1958 sentral industristyret ble erstattet med gjenforeninger. Industrien var da delt og hørte til forskjellige gjenforeninger avhengig av bransje.

### **2.2.2 60-tallet: eksport, effektivitet og kvantitet**

På 60-tallet bort sett fra desentralisering av industrien var det også satt et nytt mål. Det var ikke den økonomiske planen som var hoved målet til bedrifter lenger, men det å dekke samfunnets behov. Etter desentralisering var det også bedriftens direktører som fikk mer makt og

frihet. De skulle fortsatt gjennomføre Statens planer formidlet av gjenforeninger, men det hvordan de gjennomførte, kunne de bestemme mer på egen hånd. Til tross for litt mer frihet var bedriftene fortsatt sjekket av myndighetene. Ofte ble det sendte statens tjenestemann (både på en offentlig og hemmelig måte) som skulle skrive rapporter om bedriften.

60-tallet var perioden da eksport begynte å utvikle seg gradvis. Selv om mesteparten av eksport gikk til Sovjetunionen og land i den østlige blokken, var det også en del av eksport til vest. Folkerepublikken Polen var ikke selvforsynt land og derfor måtte selv importere mange råvarer fra utlandet. Landet hadde behov for utenlandsk valuta, og eksport var en måte å få tak i den på. Selv om eksport skulle hjelpe med å få valuta, resulterte det også i at det var enda mindre varer som ble produsert til å selge i landet. I motebransjen var problemet veldig vanlig, der det ble designet spesielle kolleksjon av gode materialer til eksport, og til salg inn i landet ble det laget klær av dårligere materialer og av dårlig kvalitet. Ofte det som ble presentert i magasiner som samfunnet ville ha, var ikke tilgjengelig i Polen, selv om det var polske varer. Kvaliteten var nedprioritert og det som var viktigst i sosialistisk industri var effektivitet og kvantitet.

### **2.2.3 70-tallet: investering i (ingen) fremtid**

70-tallet var en tid for endring. Gjennom lånte penger fra vest kunne industrien utvikle seg. Det ble bygget nye, moderne industrilokaler, nye maskiner og lisensene ble bevilget. Det ble skapt nye arbeidsplasser, mer enn det var behov for. Men problemet var at landet ikke var klar for en slik modernisering. Maskinene krevde mye energi som landet ikke klarte å produsere, og derfor sto ofte ubrukte, frem til de ble egentlig utdaterte. Det var ofte ikke nok råvarer, så produksjonen kunne ikke settes i gang, og det resulterte i større tap. Levestandarden i starten av 70-tallet økte, men prisene sto fast (tiltak fra Gierek for å få samfunns tillitt), så folk hadde råd til å kjøpe mer og mer. Men det var Staten som måtte ta regningen, ettersom varene kostet mindre enn det de var vart. Lønnsøkning ble også brukt på mange arbeidsteder som motivasjonstiltak. Det resulterte i at flere ville kjøpe, men hyllene på butikkene var fortsatt relativt tomme. Det resulterte i utvikling av det svarte markedet, hvor folk solgte ting for dobbelt så mye. Det var mange som kjøpte varer bare for å selge dem videre til noen andre på samme dag. I klesindustrien det svarte markedet var ofte basert på varer sendt fra utlandet. De som hadde familie i de vestlige landet ofte fikk pakker med klær, som de solgte videre.

På 70-tallet industrien var mindre avhengig av Arbeiderpartiet. Det å bli medlem av selvet partiet har også mistet en del av sin ideologiske karakter. Før de som ble medlemmer gjorde det av ideologiske grunn, mens på 70-tallet mange gjorde det av pragmatiske grunn for å ha mulighet til å få bedre jobb, kjøpe leilighet og ha tilgang på bedre liv. Industrien på denne tiden har også mistet en del av sin ideologiske karakter.

#### **2.2.4 Łódź: hjertet av industrien**

Eksport var viktig for Folkerepublikken Polen, særlig på 70-tallet da grensene mot vest åpnet. Tekstilindustri var veldig viktig for landets eksport, ettersom klær og strikkevarer var blant de 10 viktigste eksportvarer i landet. Mesteparten av tekstilindustrien var basert i byen Łódź.

Łódź var, og fortsatt er, en by med lange tradisjoner innenfor tekstil og var viktig for landets industri. Etter andre verdenskrig var mange av fabrikkene allerede restrukturert av Det Tredje Riket. Tidligere eiere var ofte jøder som ble drept under krigen, og etter krigen var det Staten som tok kontroll over industrien i regionen. Selv om byen var i mye bedre tilstand etter krigen enn hovedstaten, var mye av fabrikkens utstyr stjålet, ødelagt eller utdatert. Det resulterte i at det tok tid før de kunne begynne å produsere igjen.

Mange flyttet til byen for å jobbe, noe som førte til betydningsfull økning i innbyggertall. Det som karaktersiterte Łódź både før og etter krigen var mangel på spesialisert. Byen hadde lite antall mennesker med middel eller høyere utdanning. Det som også karakteriserte byen var stort antall av kvinner i arbeid i forhold til andre steder i landet. I tekstilindustrien var det flertall kvinner som jobbet i fabrikkene.

Til tross for at Łódź var på mange måter sentralt for tekstilindustrien (1/3 del av alle som jobbet i denne industrien i hele landet jobbet her) var den også i mange år nedprioritert. Vanskelige og skadelige arbeidsforhold, lønn som var kun 80% av landsgjennomsnittet resulterte i mange streiker, som ikke førte til endring frem til begynnelsen av 70-tallet.

70-tallet var en dekade med mye investering, som resulterte i produksjon av varer i høyere kvalitet, men også bedre effektivitet. Til tross for åpning til vest og investering, slutten av 70-tallet resulterer i en stor økonomisk krise. Polen klarte ikke å betale ned lån, som gjorde forhandling med vest vanskeligere. Situasjonen ble enda verre etter innføring av krigstilstand i

landet på 80-tallet som resulterte i enda større politisk og økonomisk isolasjon og mangel på utvikling på industri fronten. Som ikke forandret seg helt fram til slutten av kommunismen. Med arbeiderstreikene, mangel på varer, stor økonomisk og politisk krise var det ikke rom for industriell utvikling frem til begynnelsen av 90-tallet.

### **2.3 Kvinner i kommunismen: modernitetsprosjekt**

For å fokusere på mote for kvinner, er det viktig å etablere først hva kvinners rolle var i Folkerepublikken Polen og hva det betydde å være en kvinne. I denne delen baserer jeg meg på boken *“Kvinner i Polen 1945-1989. Modernitet, likestilling og kommunisme.”* av Karczyna Stanczak-Wiślicz, Piotr Perkowski, Małgorzata Fidelis og Barbara Klich-Kluczevska. I denne boken prøver forskere å svare på spørsmålet: Hva kan en kvinne være i Folkerepublikken Polen. Forfattere i innledningen understreker at kvinets bilde i samfunnet endret seg i de forskjellige periodene og derfor krever en grundig analyse. Som forfattere selv understreker i innledningen *boken er i tråd med de globale trendene med å bevege seg bort fra den strengt lokale konteksten og se på kjønnsroller også i et komparativt og transnasjonalt perspektiv* (Stanczak-Wiślicz, Perkowski, Fidelis, Klich-Kluczevska, 2020: 7).

#### **2.3.1 Likestilling: et baklengs prosjekt**

Likestilling i kommunismen var en del av modernitetsprosjektet. Modernitet var en kategori for et kommunistisk prosjekt av rekonstruering av samfunnet og med rekonstruksjon fulgte en ny rolle for kvinner i samfunnet. Men hva betydde likestilling i Folkerepublikken Polen?

I konstitusjonen fra 1952 sto det at *kvinner og menn skal ha like rettigheter i alle områder av statens politiske, økonomiske og kulturelle liv* (Perkowski, 2020: 66). Kvinner og menn skulle ha like rettigheter, allikevel betød ikke like rettigheter i praksis like muligheter. Grad av likestilling endret seg med årene og man kan konkludere i at samfunnet var mer likestilt i årene rett etter krigen. Fra året 1956, altså etter den stalinistiske perioden, kan man observere en tilbakevending til mer tradisjonelle rollefordeling, der kvinner var sett på som dedikerte til kun visse type jobber (fysiske, ofte repetitive, som krevde ikke tekniske kompetanser og som var

dårligere betalt) ved siden av det å være mor. Etter året 1956 morsrollen og rollen som husmor var understreket og brukt som forklaring på en slik fordeling i arbeidslivet. Derfor var likestilling preget av troen på essensielle forskjeller mellom kvinner og menn.

### **2.3.2 Kvinne under kommunismen har mange ansikter**

Fidelis understreker i hennes kapittel *gender, historie og kommunisme: i faglitteratur finnes det ikke en type av kvinne under kommunismen* (Fidelis, 2020: 31).

Etter krigen var det et demografisk flertall av kvinner i samfunnet. Flere kvinner begynte å jobbe, noe som var et resultat av situasjonen etter krigen, og er resultat av bevisst politikk i landet. Kvinner i etterkrigstiden var ikke bare viktige fordi de var i flertall, men de hadde også en symbolsk betydning. Kvinnens rolle ble på nytt definert som et ledd i å bygge opp et sosialistisk samfunn.

I stalinistisk periode Staten var med på å støtte kvinner i det offentlige og i arbeidslivet. Kvinner kunne utføre yrker definert som mannlige uten at det var kontroversielt. Det ga kvinner mulighet til å ha prestisje jobber, som var godt betalte som resulterte i større økonomisk uavhengighet. Det betydde ikke at kjønnsstereotyper ikke eksisterte, og at alle kvinner kunne få slike jobber, men slike muligheter var i hvert fall støttet av landets politikk. Det var kvinner som jobbet som gruvearbeidere, låsesmeder, men også de som hadde nøkkelposisjoner i partiet. Siden kvinner var aktive i arbeidslivet var det Statens rolle til å hjelpe dem å kunne gjøre det parallelt til sin rolle som mor og husmor. Dersom det å drive hushold, lage mat og ta vare på barn var tidskrevende oppgaver ved siden av en jobb, ble det lagt flere kantiner, offentlige vaskerier, og utviklet statlig barneomsorgssystem. Det å bruke disse tjenester var promotert som en del av det å være moderne. Men det løste ikke problemet, fordi det ofte ikke var brukt, var for dyrt, eller, når det gjelder omsorg system og barnehager, var det ikke nok plasser. Derfor måtte kvinner ha støtte fra andre kvinner, ofte fra eldre generasjoner som hjalp til hjemmet. Selv om det var krevende, var kvinner i den stalinistiske periode både aktive deltakere av samfunnslivet, arbeidslivet og livet hjemmet. Man kan si at likestilling var bedre enn det som kom etter, men problemet var at som et politisk mål, var likestilling ikke en måte å gi like sjanser til kvinner. Det handlet om å finne en rolle for dem i det nye, restrukturerte samfunnet.



Etter stalinistiske periode var over, sluttet også den store promotering av kvinner i mannlige yrker og samfunnet tok et steg tilbake mot mer tradisjonell kvinnerollen. Den tilbakevendingen mot mer tradisjonell kvinnerollen og forståelse av kjønn kaller Malgorzata Fidelis i boken “*Kvinner i Polen*” for *konservativ modernitet* (Fidelis, 2010). Det betydde at kvinner etter 1956 var fortsatt i arbeid, men det var vanlig praksis i landet at de var delegerte til lavt betalt industri arbeid, som var ofte repetitivt og fysisk krevende, men mer prestisje stillinger, som var bedre betalt var reservert til menn. En slik diskriminering av kvinner var ofte forklart med kvinners rolle som mor. Til tross for forskjellbehandling av kjønn, Partiet understrekte likestilling i landet samtidig som de understrekte essensielle forskjeller mellom menn og kvinner, som påvirket deres tilpasning til visse yrker og stillinger. Det resulterte i at meste parten av kvinner jobbet i forskjellige fabrikker, hvor flertallet jobbet i tekstilindustri.

I de neste dekadene av kommunismen var kvinners rolle som mor sterkt understreket. På 70-tallet, under Giereks regjering, hadde likestillings politikk i hovedfokus familie som en av de viktigste verdiene. Kvinner i hjemmet ble ansett som husets sjef, som hadde ansvar for planlegging, logistikk og budsjett. Husstanden var sett på som en jobb. Ved hjelp av moderne utstyr hjemmet, som skulle gjøre hjemmearbeid mer moderne, skulle de drive moderne husstander. Den moderne husholdningen var et viktig element i kvinners borgerskap. Den nye måten å snakke om husarbeidet skulle bidra i at kvinner kunne også ha legitim grunner for selvrealisering innenfor eget hjem. Forbruk i form av klær, men også utstyr var en viktig aktivitet, som var en del av sosialisering av kvinner.

Ved *sosialistisk forbruk* kom det også redefinering av kvinners rolle. Forbruk var et verktøy for myndighetene til å stabilisere situasjon i landet. Det hjalp med å få befolkningsfokus på det private, det intime og livet hjemmet, i stedet for å fokusere på det politiske. Forbruk ga muligheter for selvrealisering, men for kvinner var forbruk ikke kun en form for selvrealisering, men også en stor del av borgerlig identitet og samfunnsaktivitet.

### **2.3.3 Kvinner og utdanning**

Kvinner utdanning var en del av modernitsprosjektet. Utdanning var mulighet for å endre sin status i samfunnet og ga nye muligheter. Men fortsatt var disse mulighetene ikke like for alle kvinner. Det var stor forskjell mellom kvinner som kom fra by og de som kom

fra bygda. Det var store forskjeller i deres bakgrunn, kulturell kapital og mentalitet. Kvinner som kom fra distriktene, var ofte under større påvirkning av Den katolske kirken. Den katolske kirken som hadde stor innflytelse i landet, men enda større i landlige områder, så for seg mer tradisjonell kvinnerollen. Kvinner skulle først og fremst være mødre og passe på husstanden. Der kan man se at det var ikke problem med likestilling mellom kvinner og menn, men også sjanse for bedre liv mellom forskjellige kvinner varierte. Selv om det var vanskeligere for kvinner fra bygd, grunnet mer konservativt miljøet og kirkens innflytelse, var det en del kvinner som bestemte seg for å flytte til byer i håp om bedre liv.

### **2.3.4 Før man blir en kvinne, er man en jente: ungdomskulturen**

Lengere utdanning blant kvinner hadde også en annen konsekvens, et nytt fenomen: en jente. Barn ble ikke direkte til voksne, altså kvinner, men først måtte de bli *jenter*. I sitt kapittel “... å være en jente. Jentes oppdragelse, oppvekst og utdanning” Katarzyna Stanczak-Wiślicz ser nærmere på den nye sosiale kategorien og beskriver den som revolusjonær. Hun understreker at *utvidelse av prosessen med å gå i voksen livet gjaldt begge kjønn og var knyttet til «likestilling i utdanning» som fant sted over hele Europa* (Stanczak-Wiślicz, 2020: 356). Videre skriver hun at *ungdomstiden var en metafor for en bedre fremtid, modernitet og fremgang, men også opprør og avvísning av verdiene i et voksensamfunn* (Stanczak-Wiślicz, 2020: 357).

Hvordan definerte man en jente? Stanczak-Wiślicz skriver i sitt kapittel at *det avgjørende for ungdom, inkludert jentedom, var utvilsomt rekordalderen. Det kan imidlertid ikke behandles som en objektiv og universell kategori - i forskjellige sosiale grupper krysser unge mennesker i forskjellige aldre neste terskel for pubertet. For eksempel avsluttet jenter fra intelligentsiafamilier skolen senere og kom senere inn på arbeidsmarkedet enn jevnaldrende fra arbeiderklasse- og bondefamilier. Ved å definere kvinnelig ungdomstid var det viktigere å krysse de påfølgende tersklene for sosial modning enn den kronologiske alderen.* (Stanczak-Wiślicz, 2020: 360).

*Jente* fenomenet var ikke kun en konsekvens av utdanning, som nå varte lengere og skapte muligheter for en overgangsperiode, men også et resultat av et annet fenomen kalt for ungdomskulturen. Ungdomskulturen begynte å forme seg etter andre verdens krig og var karakteristisk for både kommunistiske og kapitalistiske land. Med ungdomskulturen fulget egen

klesstil, musikk og underholdning. For unge kvinner, jenter, skapte det muligheten til å forme sin egen identitet utenfor foreldrenes hjem. Før ble barn til kvinner gjennom det å gifte seg. Som naturlig neste steg var det å få barn, så det var ikke tid for å finne ut av hvem de var og hva de likte. Med lengere utdanning og blomstring av ungdomskulturen fikk jenter mulighet til å være litt for seg selv. Men hva betydde det å være en jente i kommunismen?

Jenter hadde tre forskjellige innflytelses kilder. Første modellen var promotert av Den katolske kirken (tradisjonell kvinnerollen), andre av de kommunistiske myndighetene (moderne kvinne i en kommunistisk forståelse av begrepet) og tredje var diktert av populærkultur (vestlige innflytelser formidlet via magasiner, filmer og musikk).

Bildet av en jente endret seg i de forskjellige dekadene. I den stalinistiske periode, det å være en ung jente, innebar å være en god elev, eller student, aktivist i polsk ungdomsforening (en nasjonal organisasjon for ungdommer), å være beskjedent og naturlig. Dette bildet av jenter endret seg i tørrværsperioden (perioden etter Stalins døde) og unge kvinner har blitt mer bevisste på sin seksuelle attraktivitet. På 60-tallet alt handlet om å både dyrke det tradisjonelle parallelt med nye, vestlige, moderne innflytelser. På 70-tallet var det veldig viktig med både jobb, men også det å være en sjef av husstanden. Det resulterte i veldig motsigende signaler for kvinner, som ble lært opp til å være husmødre, samtidig som de hadde vestlige innflytelser og rollmodeller. Spenningen mellom det tradisjonelle og det moderne var problematisk for unge kvinners identitet.

### **2.3.5 Skjønnhetsidealer: skjønnhet i endring**

På samme måte som kvinnerollen endret seg med årene, gjorde det også skjønnhetsidealer. Skjønnhetskulturen spilte stor rolle i utforming av en ny, sosialistisk kvinne. Fidelis skriver at: *Skjønnhetskulturen var ikke marginalisert i forhold til forhåndspålagt likestilling, men spilte en viktig rolle både i det å utforme en ny sosialistisk kvinne, men også i hverdagslivet* (Fidelis, 2020: 674). Etter krigen var mote og skjønnhet et verktøy for å bygge en ny kvinne. Skjønnhetskulturen var assosiert med det moderne og ble til et symbol av stabilisering og det å gå tilbake til det normale. Ideer om feminitet spiller en stor rolle i samfunnet under krigen, men også etter under rekonstruksjon av landet.

Etter krigen var landet helt ødelagt og det manglet alt, så for å ha klær måtte alle fikse, bruke det de fant og redesigne. Kvinner måtte gå på jobb, og etter hvert ble et nytt skjønnhetsideal til en arbeidende kvinne. Murere, tekstilarbeidere, traktorførere var nå blitt til nye perfekte kvinner representerte på første sider av magasiner. Selv om de alltid var kledd veldig enkelt, ofte i arbeidsuniformene, understrekte de sin feminitet med finstilerte hår og subtil sminke. Når det gjaldet kroppsidealer, skulle kvinner i den stalinistiske periode være sterke både fysisk og resurssterke. Det endret seg på slutten av 50-tallet. Arbeidende kvinner på første sider av magasiner ble erstattet med kvinner i badetøy og kjoler som manifesterte sin seksualitet. Kvinner ble til forbruksobjekter. Det nye skjønnhetsidealet var ikke lenger definert ut ifra sitt samfunnsbidrag, men ut ifra sin seksualitet. det ble en kontrast til idealene fra den stalinistiske perioden, og kan tolkes som motstand mot tvangsapparatet og den voldelige politikken som preget perioden. Seksualiseringen og skjønnhetskulturen for kvinner ble etter hvert påvirket mer av populærkulturen enn av politisk motstand.

Mote og skjønnhet var viktig for kvinner og spesielt mote har blitt noe som fra og med tørrværs periode begynte å gjelde alle, uavhengig av hvor de bodde. Forskjellene mellom landet og byene var fortsatt store og mote og skjønnhet var med på å viske ut disse forskjellene. Kunnskapen om hva som gjaldt de fleste kunne få fra magasiner, der blant andre veldig viktig rolle spilte en motespalte i *“Przekrój”* som med årene har vokst, derom interesse var stor.

Til tross for stor interesse for mote og skjønnhet var det mange utfordringer som kvinner hadde i møte med kampen om å bli attraktiv. Det som mange kvinner slet med var tidlige tegn på aldring. Dersom de jobbet mye, både på fabrikker og hjemmet, ble tegn på aldring synlig tidligere. Et stort problem i samfunnet var også overvekt, noe som var et resultat av dårlig kosthold. Stadig manglende varer resulterte i en diett som var basert på mye fett og lite næringsinnhold. Mange spiste mer enn det de behøvde i frykt om matmangel.

## Kapittel 3. Teori

I dette kapitlet skal jeg presentere et utvalg av forskjellige teoretiske perspektiver på mote for å bedre forstå mote som et fenomen.

### 3.1 Mote og samfunn: Imitasjon, smak, kollektivt valg

Mote i et samfunn kan ha forskjellige funksjoner. Det kan være avgrensning og segregering mellom klassene, imitasjon og inkludering, et tegn på forskjellige klasses smak eller en speilbildet av verden som endrer seg.

For at mote kan oppstå, er det nødvendig med samfunns mobilitet, altså at det er mulig å komme seg fra en sosial klasse til en annen. Slike aspirasjoner samt konkurranse driver mote frem og er nødvendig for at den kan oppstå. *Derfor ligger motens opprinnelse i modernitetens opprinnelse samt utvikling av industrielle kapitalisme* (Kawamura, 2005: 25). I følge Baudrillard er mote et moderne fenomen. Han definerer modernitet ut ifra grad av mulig endring innenfor et system, uten å endre selvet systemet (Kawamura, 2005: 26).

En av de første til å være oppmerksom på mote som et viktig fenomen var Georg Simmel, tysk filosof og kulturteoretiker. For Simmel er mote en form for imitasjon og har sitt utgangspunkt i klassesystem og segregering av samfunn. Han skriver at mote *forener de av en sosial klasse og skiller dem fra andre* (Simmel 1957: 541). I følge Simmel *mote er imitasjon av et gitt eksempel og moten tilfredsstillende kravet om sosial tilpasning* (Simmel, 1957, 543). Simmel understreker binær natur av mote som på samme tid avgrenser en klasse fra en annen og dekker behovet for å skille seg, men også er en form for sosial adaptering, altså gjør at man blir en del av en gruppe. Han peker på at med en gang moten til en høyere klasse blir imitert av en lavere klasse, blir den erstattet av en ny mote hos den høyere klassen. Simmel identifiserer motens drivkraft med behov for klasseskille, så for ham er mote et produkt av et sosialt krav. Han fokuserer sitt teoretisk perspektiv rundt imitasjon og avgrensning som hoveddrivkrefter bak moten. Simmel ser på mote som et produkt av klasseskille og mener at det å samle og segregere

er motens hovedfunksjoner som kan ikke separeres. Mote for ham er produktet av sosial etterspørsel, selv om motens produkt kan representere mer individuelle behov. Simmel understreker motens dualistiske og paradoksale natur hvor mange av motsigende kjennetegn og funksjoner skaper og driver moten frem.

Roland Barthes i kapittel “Fashion and the Social Sciences” i boken “The Language of Fashion” understreker at *klær gjelder alle mennesker, alle kropper, alle forhold mellom et menneske til en kropp og alle forhold mellom kropp og samfunnet* (Barthes 2013: 73). Han legger merke til forholdet mellom klær og personlighet, hvordan personlighet skaper mote, men også hvordan klær skaper personlighet. Barthes definerer mote som en kollektiv imitasjon av det nye (nye tendenser, mote nyheter). Selv om det også kan være en form for individuelle uttrykk, er det først og fremst et massefenomen. Han ser *mote som en likevekt mellom behov for singularitet og rett for alle til å ha det* (Barthes 2013: 54). På samme måte som andre teoretikere, ser Barthes også en parallell mellom klær og sosiale klasser. Barthes skriver om at ettersom skille mellom klassene begynte gravis å forsvinne, resulterte det i en ny estetisk kategori: detaljen. Fordi de basisplaggene ikke skilte seg så mye fra hverandre lenger, begynte detaljene å spille veldig stor rolle i det å vise prestisje. Fra da av var det detaljene, som markerte sosiale forskjeller. Det var kategorier som smak og still som ble til nye distinksjoner.

Distinksjoner var et emnet nærmere studert av en fransk sosiolog, Pierre Bourdieu i hans distinksjon teori fra 1979. Bourdieu, på liggende måte til Simmel, fokuserer mye av sin teori rundt klassestrukturer. Bourdieu i “*Distinksjonen*” skriver mye om smak og definerer den som sentral for å markere både skille mellom klasser, men også innenfor dem. For ham, er det smak som er en av hovedelementene i samfunns identitet. Han understreker at med utgangspunktet i forskjeller i smak, har forskjellige klasser forskjellige syn på klær. Mens borgerskapet ser mest på det estetiske og skille mellom det private og det offentlige, ser arbeiderne mest på det praktiske og det de kan få for pengene. Så for Bourdieu er mote et fenomen som plasseres i rammer av smak og klassekamp.

Herbert Blumer, selv om han satte pris på Simmels bidrag i forskning av mote, presenterte sin egen teori, som ikke var like mye relatert til klassestrukturer. Blumer i sin tekst “*Fashion: from Class Differentiation to Collective Selection*” inviterer flere forskere til å ta mote på alvor. Han understreker at det var kun noen få som har tatt mote som et forskningsemnet på

alvor og at det skaper et falskt inntrykk av at mote er *kun trivial og av periferisk betydning* (Blumer, 1969: 275). Han mener derimot at mote ikke er periferisk og den er sentralt innenfor feltet den opererer i. I motsetning til Simmel, ser ikke Blumer motens drivkraft som et behov for klasseskille. Han mener at mote ikke oppstår ut ifra behovet for klasse skille, men utfra behovet for å være på moten (moteriktig). På samme måte ser han ingen grunn til motens ende ved at en klasse har imitert en annen, men at en modell (stil, klesplagg) er erstattet med en annen, og i smaksutvikling. Han begrunner ikke motens endring og dynamikk med behov for klasseskille, men ser motens dynamikk som noe karakterisk for selvet fenomenet. Motens endring er en respons på verden som endrer seg dynamisk og derfor kan man ikke knytte motens endring kun til klasseskille. I stedet for å fokusere på klasser, velger Blumer å fokusere på kollektivt valg, som for ham, står sentralt i motens mekanisme. Han ser først og fremst på mote som et kollektivt fenomen. I følge Blumer, er mote som en mekanisme som består av kollektivt valg fra konkurrerende modeller (klesplagg, still). Det betyr at alle som deltar i motefeltet, deltar i denne prosessen. Gjennom prosessen utvikler det seg og manifesteres ny smak, en kollektiv smak som er *et resultat av mangfold av erfaringer fra sosial interaksjon i en komplisert og bevegende verden* (Blumer, 1969: 282).

Blumer ser på mote som et viktig objekt i det å studerer gruppeliv og kollektiv adferd. Han understreker flere forskjellige aspekter av mekanismen bak moten. En av de er historisk kontinuitet, hvor ofte nye moter enten tar sitt utgangspunkt i moter som var, eller er et brudd med det som var. Et annet aspekt ved motens mekanisme som han understreker, er moderniteten. Blumer mener at mote alltid er moderne og reflekterer det som skjer i verden rundt. Mote reagerer fort på samfunnsendringer, politiske hendelser og teknologisk utvikling. Derfor fanger mote tidsånden. Et annet aspekt som er viktig for Blumer, er kollektivt smak. I følge Blumer, utvikler smak seg gjennom sosial interaksjon. I starten, er smak lite definert og det er gjennom retningslinjer som er utviklet av moteinnovatører, at smaken begynner å bli mer lik og kollektiv. For Blumer, er kollektiv smak resultat av valget, som blir deretter begrenset.

Bevegelse og endring, er ifølge Blumer nødvendige for at mote kan i det helle tatt oppstå. Samfunnet må være i stand til å forkaste gammel praksis og adoptere nye. *Mote kan oppstå i et samfunn, der hvor det finnes en tørst for fremtiden* (Blumer 1969, 286). Det som er også viktig er et utvalgt og åpenhet ved utvalget. Mote er ikke et fenomen drevet av utilitaristisk eller rasjonell

tenkning. Et annet viktig aspekt, som er avgjørende i det at mote kan eller ikke kan oppstå, er åpenhet for påvirkning fra nye mennesker, hendelser og endring i sosial interaksjon. Han ser behovet for mote mer som behovet for å delta i en ny, utviklende verden.

### 3.2 Mote som institusjon

Yuniya Kawamura i sin bok "*Fashion-ology*" samler de forskjellige eksisterende perspektiver på mote, og foreslår å analysere mote på som system. Hun foreslår et strukturelt funksjonelt perspektiv, der hun ser på mote som system bestående av forskjellige institusjoner (aktører). Hun mener at det er institusjoner som er en kilde til makt.

Kawamura understreker at "*Fashion-ology*" er en motestudie og ikke studiet av klær. Hun skiller mellom mote som et abstrakt konsept og klær som fysiske objekter. Kawamura (Kawamura, 2005) skriver om motesystemet, som kan ikke blandes med klessystemet. Det å produsere mote er ikke det samme som det å produsere klær, men det finnes et sterkt forhold mellom de to på samme måte som det finnes sterkt forhold mellom mote og klær. *Et strukturelt funksjonelt perspektiv på mote*, som Kawamura foreslår *inneholder produksjon, distribusjon og konsumpsjon av varer og tjenester som er nært beslektet* (Kawamura, 2005: 40). Dette betyr at i en funksjonell moteanalyse, kan man ikke fokusere seg eksplisitt på en av dem. Alle må sees som en helhet og hvordan de er i forhold til hverandre.

I det å definere mote som system, understreker Kawamura to krav, det at er noen som produserer og noen som konsumerer mote. Institusjonalisering av mote, ifølge Kawamura (2005), har resultert i demokratisering av mote. Moten som før var reservert kun for eliter, har blitt tilgjengelig for masser. Mote, som mange andre felter av kulturproduksjon, er preget av teknologiske endringer. Som Kawamura beskriver, var det oppfinnelse av symaskiner som bidro i demokratisering av mote. Industrialisering av mote, muligheter for større og ofte billigere produksjon, har gjort klærne tilgjengelige for flere.

Mote kan behandles både som en kulturell praksis og som et symbolsk produkt. Derfor kan den analyseres både utfra konsumpsjons og produksjonsperspektivet. Mote kan sees på som både et individuelt og kollektivt fenomen.



### 3.2.1 Forbruk

Forbruk er en av de delene i systemet Kawamura skriver om. *Uten forbruk, finnes ikke det kulturelle produktet av mote* (Kawamura, 2005, 89). Selv om Kawamura understreker at konsumenter på lik linje med andre deler av systemet, spiller en viktig rolle, finnes det flere perspektiver på det. Sombart, en tysk sosiolog, mente at det er de som produserer, skaper mote, som er i maktposisjon og han nektet for at konsumentene spilte en rolle i motens utforming (Sombart, 1967, Kawamura, 2005). På denne måten er det de som skaper, som er i makt posisjon, og de som kjøper skal akseptere det de får og ikke har innflytelse på det som blir skapt.

I motsetning til Sombart, skriver Blumer at *mote er styrt av konsumentens smak og det er motedesignerens oppgave å forutsi og lese den moderne smaken til den kollektive massen* (Kawamura, 2005: 31). Ifølge Blumer, spiller konsumenten en stor rolle, også i den skapende prosessen, for det er det konsumentene liker og forventer, som har innflytelse på det som lages av klær. Blumer mener at det er konsumentens smak som driver mote, og det er designerens rolle å forstå den. Hans forslag er å bruke *trickle up* teori, som skulle inkludere konsumenten i motens strukturer.

Bourdieu, i sin feltteori, ser på de forskjellige rollene, som de forskjellige *agenter* spiller i feltet. Han fokuserer mye på rollen til designeren, som han ser som en karismatisk leder, som ifølge han er viktigst i feltet. Han peker også på rollen de andre aktørene spiller i feltet, i det å skape skaperen (skape designeren) til denne kreative skaperen (for eksempel magasiner). Når det gjelder konsumentens rolle, ser Bourdieu ikke dem som mer enn medlemmer av feltet. Han ser ikke konsumenter som en del av det å skape kultur, eller kulturelle artefakter, altså i dette tilfellet, mote.

### 3.2.2 Produksjon

På samme måte som Kawamura skiller mellom mote og klær, skiller hun også mellom produksjon av mote og produksjon av klær og skriver at *mote er en symbolsk produksjon, mens klær er materiell produksjon. Mote er et symbol manifestert gjennom klær* (Kawamura, 2005:

59). Kawamura understreker forskjellen mellom det å produsere mote og det å produsere klær, samtidig som hun understreker forholdet mellom dem.

Leopold mener at motesystem deltar i prosessen av klesproduksjon (Kawamura, 2005; Leopold 1993: 101). Ifølge Leopold (1993) inkluderer mote et dobbelt konsept som et kulturelle fenomen med både aspekter av produksjon av klær og produksjonsteknologi. Hun understreker hvor viktig rolle produksjonen spiller i motens historie og det å skape mote, og hun er uenig med tidligere nevnt Blumer i forhold til konsumentens rolle.

Når man snakket om motens produksjon, er det viktig å understreke rollen til designere, ettersom de er sentrale figurer i moten. Designere er ofte ansiktet til merket, mens de som faktisk produserer klærne ofte er anonymt. Kawamura forklarer at *mote som et immaterielt kulturelt symbol blir materielle og konkret gjennom en personifiseringsprosess* (Kawamura 2005: 67). Derfor er det å assosiere klær med en bestemt person som designeren, også av stor betydning.

Når man ser på designere fra et motevitenskaplig perspektiv, er det viktig å se nærmere på forholdet mellom kreativitet og sosiale strukturer. Designere er et fenomen, som oppsto med institusjonalisering av mote i 1868. *Ved institusjonalisering av mote i 1868, endret posisjonen til designere seg fra håndverker til designer* (Kawamura 2006: 65). Det påvirket også dynamikken mellom designere og konsumenter. Fra nå av, var det designere som dikterte hva som skulle skapes og deres rolle var endret fra å være en tjener til å bli en kunstner. Videre skriver Kawamura at kreativitet er legitimering og merking prosess. *En er ikke født kreativ, men blir det, som betyr, at man identifiserer seg som kreativ* (Kawamura 2005: 60).

Hvis vi ser på mote som produksjon av kultur, er designere produsenter. Kawamura begrunnet viktig posisjon til designeren i motesystemet ved oppheving av tidlige grenser mellom de sosiale klassene (Kawamura, 2005). Når verden har blitt mer demokratisk og det ikke var like åpenbart at man skulle følge elitens klesstil, oppsto det behov for en ny person å følge. Og den rollen ble tatt av designere.

### 3.2.3 Magasiner og reklamer

Barthes skriver om hvilken rolle magasiner spiller i mote. Han mener at det er gjennom motemagasiner, at mote som et fenomen endrer sin sosiologiske betydning. Det er gjennom disse magasinene moten blir til et selvstendig kulturobjekt med en egen struktur. Det er gjennom motemagasiner at mote også blir til et narrativt fenomen (Barthes, 1990).

Motemagasiner spiller en stor rolle i mote som industri, dersom de formidler det som er skapt til større publikum. Som Kawamura skriver *de sprer ideer og oppmuntrer til å kjøpe nye klær* (Kawamura 2013: 81). Kawamura deler de som skriver om mote, i to grupper: motejournalister og moteredaktører. Begge spiller en stor rolle i det å omforme et objekt, slik at det blir mote. Det er de som fortolker designerens arbeid og formidler det til konsumenter. Det er de som skriver om mote, som har ansvar for å oppdage innovasjon og bestemme hva som er og ikke er mote (Kawamura, 2005). Mote er av en stor betydning på hvordan mennesker kler seg og hvordan de tenker og derfor er informasjonen formidlet av magasinene, viktige for konsumenter og valgene de tar.

Reklame, eller motepropaganda via reklame, som Kawamura definerer den, har som formål å stimulere et ønske om de samme tingene, på samme tid hos mange mennesker, for å bygge kollektivt tro blant forbrukere (Kawamura, 2005). Produkter som er reklamert for en viss målgruppe, er som regel litt over mulighetene til denne gruppen, dersom de skal være ambisjonsfulle.

Reklamer kan ikke eksistere uten produkter, og produkter er skapt av forskjellige merker. Kawamura analyserer betydningen av klesmerker. I hvordan de forskjellige merkene bygger sitt univers, bygger de forskjellige assosiasjoner rundt seg, som spiller en stor rolle i reklame. Kawamura skriver at *merket er et verktøy, tegn eller symbol som er brukt for å identifisere produkter, slik annonsøren kan høste fordelene av enhver skapt etterspørsel* (Kawamura 2013: 87). Videre understreker hun at før noe kan i det helle tatt være mote, må det kunne være et merke. Det er merket som blir til et symbol. Kawamura peker på at i sosiologisk forskning på hvordan symboler påvirker kollektivt adferd, viser det at symboler som vekker uniformsfølelse rundt et objekt, er nødvendige for å uniformere en kollektiv handling (Kawamura, 2005).

### 3.3 Mote som språk

Roland Barthes var blant de som skrev om mote som resulterte i “The Fashion System”, (som er et metodologisk forslag for å analysere mote som et system) og “The Language of Fashion” (en samling av hans tidligere tekster gitt ut i både franske, akademiske tidsskrifter men også feltrelaterte, motemagasiner (Annales, Marie Claire)).

I sin bok “The Fashion system” (*System de la mode*, 1967) prøver Barthes å etablere motens grammatikk og behandle mote som et språk. Barthes presenterer sin metodologiske tilnærming inspirert av strukturalisme hvor han forsøker å ta i bruk semiologi for å analysere klær. Semiologi er en vitenskap om tegn utviklet av de Saussure i “*Course on General Linguistics*”. Ideen med “*The Fashion System*” er å ta i bruk semiologisk analyse til et ikke-språklig objekt. På samme måte som de Saussure deler språk i *langue* og *parol*, prøver Barthes å dele moten. I det tilfelle er *langue* klær og *parol* er selvet aktiviteten, altså det å kle seg. Det å kle seg (*parol*) betyr en personlig måte personen kler seg og adopterer klærne som er foreslått til seg av sin sosiale gruppe (Barthes, 2013: 18). Det å kle seg er for Barthes en svak form for mening, for den uttrykker mer enn den varsler, mens klær er en sterk form for mening, ettersom det utgjør en intellektuell, varslende relasjon mellom en som kler seg og deres gruppe (Barthes, 2013: 18). Barthes understreker også at det er klærnes *signifying* funksjon (betegnende funksjon) som gjør dem til et total sosialt objekt. Signifikant og signifikat er viktige begreper, som også kommer fra de Saussures analyse. Signifikant er lydbildet eller materialet mens signifikat er begrep eller mening (SNL, 2023). Barthes skriver at *dress is in fact nothing more than the signifier of a single main signified, which is the manner or the degree of the wearer’s participation (whether a group or individual)* (Barthes, 2013: 20). Barthes understreker at det er relasjoner mellom individer i samfunnet, men også forholdet mellom klesplagget og personen som bruker den, som skaper mening. Gjennom bestemte plagg kan man vise respekt for andre, peke på sin alder eller kommunisere at man er i sorg, men disse er kun et mellomledd, for å formidle, avsløre hovedmening, som er ens integrering i samfunnet en lever i.

Semiologi av klær er ikke leksikalsk, men syntaktisk (Barthes). Dette betyr at vi ikke kan se klær som isolerte objekter, men de må sees som opposisjoner, distinksjoner eller sammenfall. Klær får ikke mening gjennom å være selvstendige objekter, men de får mening og avslører sin funksjon gjennom å være satt sammen med andre objekter (det kan være andre klesplagg, deler

av plagg, eller egenskaper). De må sees i relasjon til hverandre. Barthes gir et eksempel av en genser (Barthes, 1990) med en krage som er åpen. Genser er hovedelementet, som da får mening gjennom å være sammensatt med de andre elementene. En genser som er lukket, eller uten kragen (brukt til uformelle anledninger, på fritiden) betyr noe annet en genser med kragen som er lukket (brukt i formelle sammenhenger, på jobb).

Barthes understreker også at mote er et system av en dobbel natur. Vi har språk i form av klesformer og metaspråk i form av litteraturen om mote. For sin analyse, valgte Barthes å analysere motemagasiner utgitt i løpet av et år. Etersom han var på jakt etter strukturer, var historisk kontekst for disse magasinene ikke relevant for analysen. I tilfellet av motemagasiner som er studert av Barthes, handler det om forskjellige koblinger som blir lagt gjennom beskrivelser av mote. Han gir et eksempel på hvor forskjellige typer tekstil assosieres med ordet romantisk, men de kan også bli brukt i kontekst av klesplaggets funksjon (hvor man bruker en bestemt type klær, for eksempel til middag). Så Barthes leter etter forskjellige relasjoner mellom tegn (klær) for å etablere et system. I hans system tar han ikke utgangspunktet i en vanlig fordeling, det vil si kategorier som er laget med utgangspunktet i teknologi, anatomi, estetikk, men kun ut ifra det som gir mening i system. Han ser også på hvordan mote får mening gjennom språk i form av motemagasiner. I følge Barthes er det i magasinene klærne får sin fulle betydning gjennom språket.

Barthes forklarer forskjellen på hvordan man behandler klær i en sosiologisk analyse og sammenligner det med en historisk analyse. Han gir et eksempel, der han skriver om å kle seg i svarte klær til en begravelse. Han forklarer at i en historisk analyse er det fargens symbolikk som kan være interessant, mens fra et sosiologisk perspektiv er det deltakelse implisert av fargen som er interessant. Mens historie er interessert i evolusjon, er sosiologi, på samme måte som fonologi, interessert i opposisjoner og sosiale betydninger. Bestemte klær kan være en representasjon av forventet kollektivt adferd. For eksempel: i en begravelse skal man gå i svarte klær, for å vise respekt og sorg. Hvis en person ikke gjør det, er personen utenfor den sosiale gruppen og har ikke forstått de sosiale kodene. På denne måten får klær mening i samfunnskonteksten.

I "*The Fashion System*" understreker Barthes at *mote ikke utvikler seg, men endrer seg med tid*. (Barthes, 1990: 215). Motens leksikon er nytt hvert år, og på samme måte som språket, beholder moten sitt system, men endrer betydning av enkelte ord (i det tilfellet enkelte plagg).

Det som skiller mote og språk som systemer (Barthes, 1990) er at når en person bestemmer seg for å gå fra språkssystemet, mister den evne til å kommunisere (mister makt), mens når en bestemmer seg til å gå fra motesystemet, altså bestemmer seg for å være blant de som ikke er moteriktig (antimote), er personen fortsatt innenfor systemet. Det er unikt ved motesystemet, at det å være imot systemet har fortsatt en plass innenfor selvet systemet.

Nyere perspektivet på mote som et språk er presentert i en artikkel “*Motens semiologi*” av Marek Hendrykowski, en professor ved Institutt for film, fjernsyn og nye medier i Poznań. Han ser konflikten mellom generasjoner som en integrert del av mote som resulterer i at mote kan være komplisert som en kommunikasjonsform. I det han lurer på hva det er som mote kommuniserer, refererer han til de Saussures begreper som *språkssystem*. Han understreker at motens språkssystem *inneholder ubegrenset muligheter av individuelle og kollektivt uttrykk* (Hendrykowski, 2013: 228). Mote, ifølge Hendrykowski, kan kommunisere frihet og undertrykkelse av individer eller samfunnet. Det igjen understreker motens binære natur som, avhengig av kontekst, kan kommunisere valg mellom individualisering versus uniformering. *Uniform kan være en sosial norm og habitus, som representerer underordning* (Hendrykowski, 2013: 231). Hendrykowski understreker at mote ikke bare er en kort hendelse, men en prosess, der noe som er nytt må bli akseptert av samfunnet for å deretter bli adoptert av mange, for å deretter forsvinne. Mote er ikke kun et system som kommuniserer, men også en prosess som har forskjellige faser. Han sammenligner de forskjellige fasene som mote går gjennom, med hvordan enkelte tegn endrer sin funksjon over tid. På grunn av endring i paradigme, kan tegn miste sin funksjon og som resultat miste sin betydning (Hendrykowski, 2013). Han understreker at på samme måte som andre tegn, er mote en blanding av det abstrakte som foregår i fantasien, og det materielle, det fysiske. På denne måten er mote mer enn materiell kultur. Mote har en symbolsk verdi som gjør den til et sosiokulturelt fenomen. Videre viser Hendrykowski på hvilken måte, mote kan sees som et system. Han viser at alle elementene i systemer, skiller seg fra hverandre. Han peker på at mote er syklisk og har en tendens til å komme tilbake. Hendrykowski legger også merke til at mote som et sett av tegn er ganske universell og som gjør mote som et språk til et språk med stor høy universell lesbarhetsfaktor.

### 3.4 Mote og kvinner

Mote er et fenomen som ofte assosieres med kvinner og det feminine. Men mote har ikke alltid vært et feminint fenomen. Frem til XXVIII århundre var mote mindre variert mellom forskjellige kjønn og mer variert mellom forskjellige sosiale klasser (Kawamura, 2005). Fra XIX århundre begynte mote for kvinner og for menn å skille seg mer og mer og det å representere kjønn ble sterkere enn det å representere en bestemt sosial klasse. Fra XIX ble menn mer definert ut ifra yrket de hadde, mens kvinners sosiale rolle var definert mer ut ifra deres interesse for mote og skjønnhet (Kawamura, 2005). Disse forskjellige måtene å definere deres samfunnsrolle på var gjenspeilet i moten.

Simmel skriver om forholdet mellom mote og kvinner. Han mener at for kvinner, er mote en form for kompensering for mangel av sin posisjon i samfunnet (Simmel, 1957). Selv om kvinner fortsatt var usynlige innenfor det kulturelle, så selv lignet de selv mer og mer på spetaklet. Kvinner som var kledde i luksuriøse antrekk, var som en utstilling av ektemannens rikdom. Mote for kvinner skulle gi dem en oppgave, som skulle kompensere for deres mangel på en bestemt posisjon innenfor klassesystemet. Så mote kan defineres som en erstatning for kvinner og dermed er motens rolle det å holde kvinner opptatt og gi dem mening utenfor de sosiale rammene hvor de ikke har en definert rolle. I følge Simmel, er menn definert mer av hva de gjør. Derfor er deres utseende, og i dette tilfelle klær, definert av menns posisjon eller yrket, som blir til store deler av deres identitet. Simmel mener at individualiteten til en gruppe ofte kan erstatte individualitet til gruppens medlem (her kan det være å høre til en arbeidsgruppe eller sosial gruppe). På samme måte som samfunnsfunksjon kan gi en form for tilhørighet til en gruppe, kan mote gi en form for tilhørighet (eller representere allerede eksisterende tilhørighet til en gruppe). Simmel skriver også at *mote kan kompensere for personens mangel på betydning* (Simmel 1957: 552).

Finkelstein forklarer hvordan mote er sett fra et feministisk perspektiv. Hun forklarer at mote i feministiske tekster ofte er *presentert som en konspirasjon for å distrahere kvinner fra virkelige anliggender i samfunnet, nemlig økonomi og politikk* og at *mote jobber for å intensifisere selvabsorpsjon og derved reduserer kvinners sosiale, kulturelle og intellektuelle horisonter* (Finkelstein, 1996; Kawamura, 2005: 11).

Det feministiske perspektivet viser at mote og skjønnhet kommer fra et ønske om å være skjønn, som er en standard laget av menn i en mannsdominert verden. Kvinners interesse for mote var sett som en svakhet. Mote kan sees som et påtvunget fenomen, som skal tilpasse kvinner til det som menn ønsker.

Man kan også se på forholdet mellom mote og kvinner i en postmodernistisk tolkning, hvor mote spiller ingen rolle i kvinnens undertrykkelse (Kawamura, 2005). Slik Kawamura understreker, *mote kan bli brukt som verktøy i overgang fra natur til kultur. Det å fokusere på mote og skjønnhet er feministisk, ettersom det er kilde til makt og kontrollert av kvinner selv* (Kawamura, 2005: 12). Hun foreslår at man løsner synspunkter fra kjønnsperspektiv i motens forståelse, dersom de kan være begrensende som et sosiologisk konsept. Ifølge henne, burde mote sees i et større perspektiv av et sosialt system og reflektere over hvorfor den finnes i dette systemet. Det er viktig å plassere mote i en samfunnskontekst samt sosiale endringer (Kawamura, 2005). Så ifølge Kawamura, kan mote bli et verktøy og en maktkilde for kvinner.

### 3.5 Mote og tid

Dersom mote er et dynamisk fenomen, som ofte assosieres med en bestemte periode, er tid en viktig faktor i det å studere mote. Sheringham i sin artikkel "Fashion, Theory, and the Everyday" skriver at *nåtid er det som historisk sett er nåværende eller moderne* (Sheringham, 2000: 144). I sin artikkel, ser han på forskjellige teoretiske perspektiver og forhold mellom mote og hverdag. I det å studere mote som en del av hverdagen, krever det at man fokuserer på nåtid. Derfor er forholdet mellom mote og nåtid (nåtid for moten man skriver om, den hverdagen moten gjelder for) nødvendig.

Forskjellige teoretikere understreker relasjon mellom mote og tid. Simmel ser mote som et veldig nåtidig fenomen (Simmel, 1957). Simmel skriver *mote opptar alltid skillelinjen mellom fortid og fremtid og formidler følgelig en sterkere følelse av nåtid* (Simmel, 1957: 547). For ham er nåtid en kombinasjon av fortid og fremtid.

Blumer skriver at mote introduserer orden i en potensiell anarkistisk og bevegende nåtid (Blumer, 1969). Ifølge ham hjelper mote å sortere i det havet av mulige valg. Men mote er ikke kun viktig for å kunne skape rammer i en bevegende verden og nåtid, men er også et viktig tegn



på mulig fremtid. De innovatørene som lager mote presenterer sin visjon av framtidens smak, som gir oss et innblikk i mulig en fremtid. Så selv om mote er et nåtidsfenomen, har den også sterk relasjon til fremtiden, dersom den peker mot den.

Mote er derfor et tidsrelaterte fenomen, og derfor kan det å analysere mote, hjelpe med å avsløre informasjon om en bestemt periode.

## Kapittel 4. Metode

### 4.1 Metodologiske tilnærminger i mote forskning

Mote kan sees på som et sett av forskjellige objekter, abstrakte ideer, eller spenning mellom det materielle og det abstrakte. Ifølge Giorgio Riello sitt essay "*The object of fashion: methodological approaches to the history of fashion*" finnes det tre måter å studere mote på: *the history of dress*, *fashion studies* og det han kaller for materiell kultur (*material culture*).

Den mest klassiske tilnærmingen, brukt i å studere motens historie er kalt for *the history of dress* (som jeg videre kaller for kleshistorie). Det er en metodologisk tilnærming der objekter, mote artefakter, står sentralt. I denne tilnærmingen studerer forskeren objektet med utgangspunkt i materialet, mønstre og farge, for å kunne plassere det i en historisk kontekst. I kleshistorie *kontekstualiserer man objekter innen liggende objekter* (Riello, 2011, s.3). I denne tilnærmingen, nøye studier av objektet kan avsløre sosial og kulturell betydning. Det er en induktiv tilnærming der presis analyse av objektet kan føre til mer abstrakte tolkninger, som skal føre til større og mer generell forståelse av moten.

Den andre type tilnærming som oppsto på 80-tallet er kalt for *fashion studies*. Det er en tverrfaglig tilnærming, som på samme måte som kultur studier, integrerer både sosiologi, antropologi og andre disipliner. Det er en deduktiv tilnærming, hvor objektet fortsatt er viktig, men ikke står sentralt. Det som er viktig, er hvordan mote former seg, påvirker verden og maktforholdet mellom individer og samfunnet. *Fashion studies* starter ofte med abstrakte ideer

som er studert gjennom bestemte case studier og artefakter. Mye av *fashion studies* baserer seg på teorier rundt hverdagslivet av menn og kvinner.

Den tredje tilnærmingen i å studere mote er materiell kultur. Materiell kultur er *tilskrivning av betydning til objekter, av mennesker som produserer, konsumerer, selger og samler dem* (Riello, 2011, s.3). I denne tilnærmingen legger man vekt på hvor viktige objektet var for de som produserte eller brukte dem. Det er relasjonen mellom mennesket og objektet som står sentralt. Slik Riello skriver: *den materielle kulturen er ikke selve objektet. Materiell kultur handler i stedet om modaliteter og dynamikk som gjenstand får mening gjennom* (Riello, 2011: 6). Videre skriver han at, *materiell kultur søker å forstå rollen til dette spesifikke plagget i et bestemt samfunn og tid og spør på hvilke måter dette plagget hjalp til med å fremme sosial endring (...)* (Riello, 2011: 6). Objekter som hører til historien, perioden en vil forske på, kan avsløre mye om perioden.

Kawamura presenterer sin egen metodologi på moteforskning og introduser sin egen akademiske disiplin kaldt for *Fashion-ology*, som er et annet navn på mote sosiologi. I følge Kawamura er det ikke et studium av klær, men mote fenomenet. Slik Kawamura skriver *Fashion-logy er en sosiologisk etterforskning av mote, og den behandler mote som system av institusjoner som produserer både konseptet og fenomenet/ praktisering av mote* (Kawamura 2005: 1). Hun understreker sosial natur av klær og hvordan mote er et fenomen som er i folks sinn. I sin andre bok "*Doing reaserch in fashion and dress. An introduction to qualitative methodes*" fra 2011, understreker Kwamura at mote ofte ikke er tatt på alvor som en akademisk disiplin grunnet mangel på metodologi innenfor *fashion studies*. Kawamura referer også til andre som ser utfordringer i det å forske på mote, og mulig grunn til at mote ikke er tatt på alvor i akademia. Som Tseelon skriver: *moteforskning florerer ofte av folkevisdom, men mangler empirisk støtte for sine teoretiske og alminnelige synspunkter* (Kawamura, 2011: 23; Tseelon 2001:436).

*Moteforskere burde ikke se på klær som kun visible, materiale objekter, men behandle de i deres mer abstrakte betydning* (Kawamura, 2011: 11; Kaiser 1998:8). Ettersom Kawamura ser på mote som det abstrakte, mener hun at mote analyse ikke trenger å ta sitt utgangspunkt i materielle objekter og bilder, men kan også analyseres ut ifra tekst. Kawamura foreslår at vi behandler klær og mote som to separate konsepter. Selv om hun skiller mellom konseptene,

understreker hun at det materielle, det fysiske (klær) er relevante i mote forskning. *Materiell kultur studier, viser oss at vi alle lever i og handler gjennom, og er former av den materiale verden. Kultur og materiale goder er uatskillelig, og derfor må de være studerte på samme tid* (Kawamura, 2011: 95).

Semiologi kan også være et metodologisk utgangspunkt for en mote analyse. Det å behandle mote som et språk, som Barthes foreslår i *“The Language of Fashion”*, kan være givende og gi muligheter til å se på mote med et nytt blikk. En semiologisk tilnærming inspirert av de Saussure, og videre av Barthes kan hjelpe med å se motens strukturer som avslører det meningsfulle.

En annen mulighet i det å studere mote er en historisk metode. Kawamura skriver om historisk forskning at den *er på samme tid beskrivende, saklig og flytende (...) den forsøker å gjenfange de komplekse nyansene på en systematisk måte, de menneskene, hendelsene, meningene og ideene fra fortiden som har formet nåtiden* (Kawamura 2011: 105). Avhengig av hva det er man forsker på innenfor mote, kan historie og historisk materiale være et godt verktøy for å avsløre fortid. Historiske kilder, dokumenter og gamle magasiner kan gi informasjon om hvordan folk kledde seg, men også hvordan de levde. Det kan hjelpe til å delvis gjenskape virkeligheten de levde i.

#### **4.2 Metodologiske valg jeg tok**

Slik Taylor (1998) understeker, mote forskning *må gå utover de tradisjonelle former av objekt basert forskning* (Taylor, 1998, Kawamura, 2011: 95,). Derfor velger jeg i min analyse å jobbe med forskjellige former for data og forskjellige metodologiske tilnærminger.

I denne oppgaven jobber jeg med en kvalitativ metode. Kvalitativ metode står sentralt i historie fagene, og ettersom min analyse er en historisk analyse, er kvalitativ metode et passende valg. I denne oppgaven, jobber jeg med forskjellige form for data og leter etter mønstre og sammenhenger. Jeg ser nærmere på det unike ved mote som et fenomen, men også på forholdet mellom det fenomenet og samfunnet, i denne oppgaven det totalitære samfunnet.

*Gjennom fortolkningsprosessen søker en mening* (Kvarv, 2021: 83). Gjennom å se på forskjellige former for data, gjennom å lese, snakke med andre, dra på utstillingene, prøver jeg å forstå fenomenet, men også å fortolke den. Jeg leter etter forskjellige sammenhenger, kommer med konklusjoner, fortolker, lærer mer, og fortolker igjen ut ifra ny informasjon jeg har samlet. Den hermeneutiske sirkelen, *der man veksler mellom å betrakte helheten og delene* (Kvarv, 2021: 149) er et verktøy for meg, får å få svar på oppgavens problemstilling. Derfor kan oppgaven plasseres innenfor hermeneutikk.

I min analyse, velger jeg *meso level perspektiv* som er et level mellom mikro og makro perspektivet (Kawamura, 2011), ettersom jeg har data som er både generelt og referer til større strukturer i mote, men også data som referer til enkelte tilfeller, enkelte plagg, enkelte personer, altså mikro strukturer. *Meso perspektivet* skal hjelpe meg og se på relasjonen mellom de enkelte tilfellene og de generelle strukturene. Som et resultat av dette valget, er begrepet sosial imaginasjon (*sosial imagination*) viktig for analysen. Sosial imaginasjon betyr å anerkjenne kobling mellom individuell, privat erfaring og samfunnet (Kawamura, 2011: 36; Wright Mills, 2000[1956]). Gjennom sosial imaginasjon kan man se både på seg selv og sine egne interesser, preferanser og utvidet perspektiver i en større, sosial kontekst. Mills kaller det for skjæringspunktet mellom historie og biografi. På denne måten kan man se *hvordan mennesker er påvirket av sosiale krefter og hvordan sosiale grupper er påvirket av deres medlemmer* (Kawamura, 2011: 37). Grunnen til at dette begrepet er relevant for min analyse, er at jeg ser på motefeltet ut ifra enkelte personer.

Med utgangspunktet i de tre forskjellige metodologiske tilnærmingene presentert av Riello, vil jeg plassere min egen analyse nærmest tilnærmingen som han kaller for materiell kultur. Objekter er i oppgaven kun et utgangspunkt til større samtale om motens funksjon, og de abstrakte ideene som de materielle objektene kan formidle. Analysen handler ikke om en estetisk vurdering av klesplagg, eller en nøye beskrivelse av dem, men om de abstrakte ideene som er formidlet av plaggene.

I min analyse tar jeg også inspirasjon fra *“The Lenguage of Fashion”* av Roland Barthes for å se nærmere på mote som et ikke verbalt språk. Jeg ser på det meningsfulle innenfor klesobjekter for å se hva de kommuniserer og hvordan. Jeg ser på hvordan mote er uttrykket i det språklige i motemagasiner, og hvilke strukturer det resulterer i. I selve prosessen av at et

klesplagg blir til mote, spiller magasiner en stor rolle (Barthes, Kawamura) og det hjelper meg å forstå hvordan mote og klær kan kommunisere, men også hvordan magasiner kommuniserer det som er moten. Hvordan meningen formes gjennom klær og mote, er veldig viktig for denne analysen. Med inspirasjon fra Kawamura's *Fashion-ology* ser jeg på mote som et institusjonalisert system. Det å forstå rollen til de forskjellige institusjonene, hjelper meg å bedre forståfeltet og feltets dynamikk.

### 4.3. Vurdering av eksisterende materiale og kilder

Bøker, magasiner, kronikker, arkiver, alt som kunne bidra med kunnskapen om mote i Polen på 70-tallet var av en stor verdi for meg. Allerede etter første google søk, har jeg oppdaget at det finnes store mengder av potensielt spennende materiale. I det jeg undersøkte det som finnes, søkte jeg stort sett polske kilder, ettersom de var (etter min mening) mye mer primære, enn kilder på andre språk. Det var et stort utvalg av både digitale innsamlinger av objekter som Digitex (virtuelle ressurser til det sentrale tekstilmuseet i Lodź), artikler og intervjuer i både motemagasiner (Elle, Vogue) og fagartikler i humanistiske tidsskrifter. I tillegg til tekst, var en god kilde om perioden video. Jeg fant Polsk Film kronikk, som lagde korte utsnitt om forskjellige temaer og perioder under kommunismen. Polsk Film kronikk var ukentlig filmmagasin i perioden 1. desember 1944 til 28. desember 1994, som gikk foran visningen av filmen på kino.

En annen måte å studere en epoke på var magasiner. Gjennom en studie av forskjellige magasiner fra perioden, kan man lære om mote og livstil i perioden. I perioden jeg forsker på fantes det flere forskjellige magasiner, blant dem, fant jeg en som er arkivert digitalt "*Przekrój*". På deres nettside kunne jeg finne alle utgaver, fra alle år, inkludert en motespalte, som var en av de viktigste kildene om nye tendenser i mote i perioden.

En av de viktigste kildene, som jeg fant, var bøker. Bøkene jeg fant og bestemte meg for å bruke videre i analysen gir meg et helhetlig bilde av motefeltet i Folkerepublikken Polen, ettersom mote i de bøkene er vist fra forskjellige perspektiver. En av de første bøkene jeg bestemte meg for, er en bok av Anna Pelka "*Z politycznym fasonem. Moda młodzieżowa w PRL i NRD*" (*I politisk fason. Ungdomsmote i Folkerepublikken Polen og DDR*). Denne boken belyser utvikling av

ungdomskulturen og som følge, ungdomsmoten i både Folkerepublikken Polen og DDR. Boken gir et innblikk i både mote og hva slags klær som var moderne, hvilke betydninger de klærne hadde for ungdommer, og innblikk i ungdommens liv på denne tiden (tiden av Folkerepublikken Polen). Neste bok jeg valgte til min analyse er *“To nie są moje wielbłądy” (Det er ikke mine kameler)* av Aleksandra Boćkowska. I denne boken beskriver Boćkowska mote i Folkerepublikken Polen, gjennom å beskrive de forskjellige stedene, som butikker, motevisninger, gater. Hun skriver også om motemagasiner og livet bak jernteppe. I sin bok, gir Boćkowska både innblikk i de forskjellige designere, institusjonene, men forteller også om enkelt mennesker og hvor mye mote og klær betydde for dem.

*“Piękne widoki stąd macie Panowie” (Dere har vakker utsikt, mine herrer)* av Justyna Jaworska var en bok, som jeg valgte, ettersom det tilbyr meg innblikk i det sosialistiske forbrukersamfunnet. Det er ikke en bok om mote, men om film fra Folkerepublikken Polen. Jaworska analyserer, gjennom filmanalyse, forbrukersamfunn i Folkerepublikken Polen. Derfor er boken verdifull kilde om forbrukersamfunn og betydningen av forbruket i et sosialistisk land. En del av det å forstå mote som et felt, er det å forstå forbruk i samfunnet, og derfor er denne boken relevant for min analyse. For å kunne se videre på forbruk som er relatert til mote, valgte jeg boken *“Dziewczyny. Moda uliczna lat 70-tych i 80-tych.” (Jenter. Gatemote på 70 og 80-tallet)* av Agnieszka L. Janas. Denne boken inneholder utvalg av intervjuer med forskjellige kvinner (musikere, tv personligheter, journalister og designere) som elsker mote og som var unge kvinner på 70 og 80-tallet. Denne boken lar meg se nærmere på forbruk, men også livstilen til disse kvinnene.

For å kunne forstå mote fra et produksjons perspektiv, valgte jeg boken *“Wielka Cisza, Wielki Przemysł” (Stor Stilhet, Stor Industri)* av A. Zysiak, J. Kocemba-Żebrowska, M. Madejska, E. Kurkowska, M. Szymanski, W. Różycka-Stasiak, M. Gruda. Boken introduserer for etterkrigs industri historie i Polen med hovedfokus på industribyen Łódź. Selv om jeg også bruker boken i min kontekst, er det intervjuer med arbeiderne fra disse fabrikkene som er spesielt verdifulle for analyse delen, og gir meg mulighet til å se deres perspektiv.

Uten designere, er det heller ingen produksjon, og derfor er det å finne bøker som kunne hjelpe meg å forstå mote fra deres perspektiv, også viktig. Det resulterte i et utvalg av to bøker, en bok om designer Grażyna Hasse, og en om Polsk Mote (Moda Polska) som introduserer for

mange av de designere som jobbet for institusjonen. Den første boken om Grażyna Hasse fikk jeg kjøpt da jeg var på en utstilling om henne. Boken heter *Grażyna Hsse. Zawsze w modzie (Grażyna Hase. Alltid i mote)* og er skrevet av Agnieszka Dąbrowska, som også var kurator av utstillingen. Boken, selv om hovedsakelig fokuserer seg på Hasse, kartlegger hele epoken og referer til mer generelle fenomener i tiden som er beskrevet som er perioden av Folkerepublikken Polen. Boken er fylt med sitater fra designeren og tilbyr en gjennomgang av hennes arbeid gjennom årene, som peker på større tendenser innenfor mote i denne tiden.

De fleste bøkene jeg fant var relativt nye, og derfor skrevet fra et nåtidsperspektiv, men heldigvis fant jeg en bok som var utgitt på slutten av 70-tallet: *“Moda w rytmie epoki” (Mote i epokens rytme)* av Teresa Kuczynska. Kuczynska var kjent for sin skriving for magasinet *“Ty i Ja” (Meg og deg)* som var blant de mest magasiner revolusjonære i sin tid. Grunnen til det var det moderne grafiske uttrykket magasinet hadde og innholdet som presenterte vestlig mote og livstil. Magasinet ble dessverre lagt ned allerede på 60-tallet (den ble lagt ned i sin opprinnelige form, men fortsatt i en ny form som var mindre vestinspirert, mindre revolusjonær og mer familie orientert) og er derfor ikke med i denne analysen.

Hennes bok ga meg mulighet til å få innblikk i noe som var skrevet i epoken, og er derfor en mer objektiv kilde til informasjon, ettersom i nyere utgivelser kan tidsperspektivet spille en stor rolle, og kan ha et preg av nostalgi, mens det som ble utgitt i beskrevet periode er ikke preget av dette. I det jeg analyserer kilder som ble skrevet i analyserte perioden, må jeg være oppmerksom på at denne tiden var preget av mye propaganda og sensur og derfor kan også de kildene gi et falskt perspektiv på de faktiske hendelsene. Derfor gir en blanding av kilder fra perioden og nyere kilder et mer helhetlig bilde og mulighet for å konfrontere propaganda med fakta.

#### **4.4 Et forsøk på intervju**

Da jeg begynte å jobbe med oppgave, ville jeg jobbe med intervju som metode. Utvalget av personer jeg potensielt kunne snakke med var problematisk. Første problemet var, hvordan kunne jeg velge en person, som kunne tilby meg representativ informasjon om perioden. Andre problemet var, at perioden jeg forsket på, er 50 år siden, som resulterer i at mange som levde og

jobbet i denne perioden, er enten eldre, eller døde. Mens jeg forsøkte å finne intervjuobjekter oppstod et tredje problem. De som har kunnskap om perioden, har allerede snakket med mange andre, og vil nødvendigvis ikke snakke mer om emnet.

Problemet med eldre folk, er også, at ofte er det ikke lett å kontakte dem, med mindre man kjenner noen som kjenner dem. Jeg tenkte at det å bygge nettverk rundt eksisterende utstillinger som jeg skulle dra på, var et godt utgangspunkt. På første utstillingen om Moda Polska jeg dro på, person som viste oss (meg og en liten gruppe) utstillingen, var Tomasz Ossolinski, en polsk designer. I det han fortalte om designere fra kommunistiske tiden og om Moda Polska, viste det seg, at han kjenner en designer, som var veldig anerkjent i perioden jeg skriver om, som jobbet for Moda Polska. Derfor spurte jeg ham om hjelp, i håp om å møte designeren for et intervju. Det forsøket var ikke vellykket, ettersom Ossolinski ikke ville dele kontakten sin med meg. Han begrunnet det, med at det er en eldre person som må beskyttes.

Etter den andre utstillingen, som omhandlet Grażyna Hasse sitt arbeid, fikk jeg mulighet til å snakke med kuratoren til denne utstillingen, Agnieszka Dąbrowska. Hun jobber med museums klessamling (Warszawas bymuseum) og er ekspert i feltet. Hun er ikke en primær kilde, ettersom hun selv forsker på mote, og ikke har jobbet med mote på denne tiden jeg forsker på, men likevel hadde jeg et håp om at hun kunne bidra med viktig informasjon om perioden, og kunne hjelpe meg med å få en samtale med noen andre fra feltet. Dette resulterte i en spennende samtale, men også hjalp meg å komme i kontakt med en av de viktigste designere i perioden: Grażyna Hase.

I det jeg fikk svaret fra designeren, var jeg veldig spent på muligheten. Men denne spenningen varte frem til jeg kom til intervjuet. Før intervjuet leste jeg mange bøker, der andre har snakket, eller forsøkt å snakke med designere. Det var flere som nevnte utfordringer om designere som ikke ville snakke mer om dette. Derfor kom det ikke som en overraskelse, da designeren jeg skulle intervju, heller ikke ville snakke om mote.

Derfor kaller jeg denne delen som et forsøk på intervju. For det intervjuet resulterte i, er ikke et intervju, et lydopptak som jeg kunne da transkribere og analysere. Det resulterte i mine egne notater og refleksjoner rundt intervjuet.



## 4.5 Endelige empiri

Til slutt valgte jeg å jobbe med forskjellige typer empiri, for å få mest mulig tverrfaglig og bredt perspektiv på mote.

- Mote kolumne i magasin “Przekrój”
- Bøker: *Moda Polska* (Polsk Mote) av Ewa Rzechorzek; *Piękne Widoki, Panowie, stąd macie* (Dere har vakker utsikt, mine herrer) av Justyna Jaworska, *To nie są moje wielbłądy* (Dette er ikke mine kameler) av Aleksandra Boćkowska; *Z politycznym fasonem. Moda młodzieżowa w PRL i NRD* (I politisk fasong. Ungdomsmote i Folkerepublikken Polen og DDR) av Anna Pelka; *Grażyna Hasse. Zawsze w modzie* (Grażyna Hasse. Alltid i mote) av Agnieszka Dąbrowska og *Moda w rytmie epoki* (Mote i epokens rytme) av Teresa Kuczynska.
- Videoer fra Polsk Film Kronikk
- Egne intervju notater.
- Intervjuer med fabrikk arbeidere fra boken “*Stor Industri, StorStillhet*”.
- Intervjuer publisert i boken “*Dziewczyny. Moda uliczna lat 70-tych i 80-tych.*” (Jenter. Gatemote på 70 og 80-tallet) av Agnieszka L. Janas
- *Łódź fabryk guide* utgitt av sentrum for turisme og rekreasjon fra 70-tallet.

## 4.6 Min rolle som en forsker

Min bakgrunn spiller en stor rolle i denne forskningsprosessen. Etersom jeg kan det polske språket, er det mye lettere for meg å forske på emnet. Det å kunne språket gjorde det mulig å komme nærmere feltet. Det gjorde det mulig å analysere trykte kilder som er utgitt kun på polsk, å snakke med mennesker og dra til utstillinger i Polen.

Min bakgrunn gjør at jeg hadde noen tanker om hvordan kommunismen var, men jeg visste ikke mye om perioden. Det at jeg personlig er født og oppvokst allerede etter den store politiske transformasjonen, bidrar også i min objektivitet, da jeg ikke har noen personlig tilknytning eller erfaringer fra perioden og derfor er åpen for å se andres perspektiv.

## Kapittel 5. Analyse

*Mote eldes raskere enn alle andre typer brukskunst. Den lever av nyheter. Mote referer ofte til fortid, men har det best her og nå. (Boćkowiak, 2015: 210)*

Målet med denne oppgaven er å peke på de forskjellige analytiske mulighetene som ligger i en mote analyse, og gjennom de perspektivene avsløre det som mote kan kommunisere. Derfor valgte jeg å se på min empiri ut ifra de forskjellige perspektivene, som mote og samfunn, mote som institusjon og mote som språk. Det å samle i en oppgave flere analytiske muligheter er ikke uten påvirkning for de enkelte delene. Det å velge å se på mote ut ifra forskjellige perspektiver i en oppgave, påvirker hvor dypt jeg kan gå i analysen i hver enkel del. Til tross for disse konsekvensene, valgte jeg å løse oppgaven slik, fordi jeg er interessert i det helhetlige bildet av mote. For å oppnå større forståelse av mote som et fenomen og mote som et verktøy for å analysere samfunn og kultur, er jeg nødt til å teste ut de forskjellige perspektivene og se på de forskjellige aspektene ved moten de belyser.

### 5.1 Mote og samfunn

Kuczynska i boken *“Mote i epokens rytme”* skriver at *mote oppstår ikke av seg selv. Den kan være preget av økonomiske grunner, men som regel oppstår det ut ifra samfunnsendringer, politiske endringer, nye retninger i kunst, psykologi eller filosofi* (Kuczynska, 1977, 147). Av denne grunnen kan man si at moten forteller mye om samfunnet, ettersom den er et materielt resultat av både det samfunnet og denne virkeligheten den er skapt i.

Mote kan være speilbildet av verden som endrer seg og et samfunn i endring. I sosialistiske land, var mote ved siden av å være et tegn på sosiale endringer, også et tegn på det samfunnet ønsket å være. Blumer skrev at mote kan oppstå i et samfunn, der det finnes en tørst for fremtiden (Blumer, 1969: 286). I Folkerepublikken Polen var det ikke bare tørst, men også

håp for bedre fremtid som manifesterte seg gjennom mote. Mote var et visuelt tegn på en ønskelig, fri fremtid. I et sosialistisk samfunn, hvor virkeligheten var utfordrende, var mote en form for følelse av stabilisering og normalitet. I min samtale med Agnieszka Dąbrowska, kunsthistoriker, utstillingskurator og leder for klesavdelingen i Warszawas bymuseum, understrekte hun, at det å kle seg, ta vare på utseende, var en måte å overleve på. Agnieszka L. Janas som skrev boken "*Jenter. Gatemote på 70 og 80-tallet*" skrev at mote og sminke ga håp om at verden blir bedre. Hun skrev videre at mote var en av de få mulighetene folk hadde til å ha påvirkning på utforming av eget liv og virkeligheten rundt seg (Janas, 2020, 11). Derfor var mote viktig, som et verktøy for å utforme egen virkelighet.

### 5.1.1 Mote som en form for imitasjon

Ved å studere forholdet mellom mote og samfunn, kan man se på imitasjon, som en av aspektene i dette forholdet. Imitasjonen i mote handler om at en gruppe er imitert av en annen. Imitasjon som en kategori, er en måte å se mote ut ifra *trickle down* teori, der mennesker i maktposisjon integrer en vis klesstil, som deretter blir imitert av personer som er under i klassesystemet. I det jeg studerer Folkerepublikken Polen og deres mote, lurer jeg på, hvordan imitasjon, som tar sitt utgangspunkt i klassesystemet, kunne fungerer i et kommunistisk land som var basert på klasselikheter.

Ungdomsmote og ungdomskulturen var blant den mest synlige form for imitasjon i Folkerepublikken Polen og et godt eksempel på imitasjon som Simmel (1957) skrev om. Simmel (1957) skrev om mote som en imitering av et gitt eksempel for å dekke behovet for sosial tilpassing. Han pekte på at mote er både en form for avgrensing av en gruppe og en form for sosial adaptering. I boken "*I politisk fasong. Ungdomsmote i Folkerepublikken Polen og DDR*" skrev Pelka at *ungdommer fascinert av musikk, væremåte og klesstil av vestlige jevnaldrende, imiterte deres stil, som resulterte i eget uttrykk, annerledes fra den påtvunget av myndighetene* (Pelka, 2013, 6). Pelka (2013) refererte også til sosiologisk forskning som viste at på 70-tallet, uttrykket mesteparten av ungdommer mellom 15-25 år, et ønske om å ha moteriktig klær, som ikke skilte seg fra ungdommer i vest. På denne måten, imiterte ungdommer en annen gruppe, som var ungdommer fra vest, samtidig som de markerte sin avstand fra myndighetene. Simmel (1957) så avgrensing og imitasjon som hoveddrivkrefter bak moten, og i ungdomsmoten kan

man se dem begge, ettersom ungdommene i vest imiterte ungdommer i vest og gjennom denne imitasjonen markerte de sin avstand fra de kommunistiske myndighetene.

I det samfunnet der mote var demokratisert og dermed ikke delte i synlige sosiale klasser, var det detaljer som skilte de forskjellige klassene, gruppene fra hverandre. Detalj var en kategori som Barthes (2013) skrev om, og definerte som en ny form for distinksjon mellom klassene. Detaljene ble til små tegn, som på en subtil måte kommuniserte klasses tilhørighet.

I Folkerepublikken Polen kommuniserte ikke nødvendigvis detaljer sosiale klasser, ettersom det å jevne ut sosiale klasser var en del av den kommunistiske ideologien, men de kunne kommunisere opprinnelse av plagget, altså om plagget var laget i Polen, eller kom fra vest. I min samtale med Agnieszka Dąbrowska, pekte hun på detaljer, som den mest problematiske kategorien i klesproduksjon i Folkerepublikken Polen. Det som manglet mest var ikke tekstil, men elementer som knapper eller glidelås. I sin motespalte i *“Przekrój”*, i utgave 40 fra 1973 skrev Hoff om detalj problematikken når det gjaldt jeansbukser. Hun skrev, at til tross for ganske gode replikaer av amerikanske jeansbukser som var laget i Folkerepublikken Polen, var det detaljene som var den største forskjellen. Mangel på riktige detaljer som nagler og riktig glidelås avslørte at disse jeans buksene ikke var ekte, der ekte betydde amerikanske. Så i det tilfelle avslørte riktige detaljer på jeansbukser hvem som hadde ekte, amerikanske jeansbukse og dermed også avslørte om personen hadde tilgang til slike moteriktige plagg. De som hadde ekte jeansbukser, var ofte mer privilegerte og enten hadde mulighet å reise, eller hadde godt nettverk i form av familie eller venner i utlandet.

Det å ikke peke på sin sosiale klasse med klær, var ikke en regel som gjaldt alle kvinner. Fidelis og Stanczak-Wiślicz i boken *“Kvinner i Polen, 1945-1989: Modernitet, likestilling, kommunisme”* skrev at *koner til partienes dignitærer og ledere var underlagt forskjellige lover, og de strålte med kunstige halskjeder og diademer, og kledde seg som parisere* (Fidelis, Stanczak-Wiślicz, 2020: 671). Derfor til tross for mangel på tradisjonelle sosiale klasser, var samfunnet delt i de som hadde privilegier grunnet sitt politisk engasjement og de som ikke hadde dem. Der detaljer som smykker avslørte deres sosiale posisjon og politisk tilhørighet. Det som var paradoksalt, var at partienes ledere samt partienes hoved sekretær promoterte et helt annet bildet av kvinne i samfunnet, der kvinner skulle være beskjedene, og uten unødvendige smykker

og pynt. Det var anbefalt at de begrenset seg til klokke og giftering (Fidelis, Stanczak-Wislicz, 2020: 671)

Imitasjonen som kategori, var ikke kun til stedet i samfunnet, men også i selvet prosessen i det å designe klær. Boćkowska i boken *“Det er ikke mine kameler”* skrev at designere i Polen kopierte motetendenser fra Paris (Boćkowska, 2016: 12). Selvfølgelig gikk en tendens fra Paris gjennom en del endringer med tanke på fasong, tekstil og produksjonsmuligheter, som resulterte i at den polske kopien, var langt ifra originalen. Pelka i boken *“I politisk fasong. Ungdomsmote i Folkerepublikken Polen og DDR”* peker også på kopiering av vestlige design. Pelka skrev hvordan ungdomsmote ble skapt i Folkerepublikken Polen og beskrev prosessen, som begynte med at unge designere enten fikk en ide til å lage et klesplagg, eller kopierte et mønster fra utalandske magasiner (Pelka, 2013: 263). Der vi kan legge merke til, er at det å imitere vesten var ikke kun en del av ungdomsmote og ungdomskulturen, men en del av mote generelt, der Paris sto som hoved kilde for inspirasjon.

Vestlig mote var en stor kilde for inspirasjon i den østlige verden, til tross for Statens innsats for å promotere egen, lokal mote, gjennom klær inspirert av polsk folketradisjon som ble solgt i Cepelia. Disse klærne var mer tilgjengelige enn mange andre typer klær, men allikevel var det ikke stor interesse for dem, som Hoff skriver om i sin motespalte i *“Przekrój”*. Pelka skriver også at folkemote inspirert av den polske tradisjonen ikke var spesielt populær blant ungdommer (Pelka, 2013, 286). Selv om folk som en motetendens var veldig populær på 70-tallet, var klær inspirert av den polske tradisjonen mindre attraktive for den polske befolkning, enn de plaggene som var inspirert av de mer eksotiske kulturer. Problemet med dem var ikke deres estetiske verdier, men ideologiske. Mote inspirert av polsk folk, var ikke kun en måte å utvikle landets identitet i mote industrien på, men en form for propaganda, som skulle hjelpe med å kjempe imot disse vestlige tendensene. Det å imitere vesten, var ikke kun et tegn på at vestlig mote var bedre enn mote i øst. Det var et tegn på at den polske befolkningen hadde et ønske om å høre til Vest-Europa. Ettersom kommunismen som politisk system, som deretter dominerte alle livsområder, var påtvunget på den polske befolkning, valgte de ofte å markere sin avstand fra systemet gjennom klær.

Folkerepublikken Polen slet med å produsere nok klær, derfor var mange kvinner nødt til å sy egne klær. Det å lage egne klær eller benytte seg av sydame, var veldig vanlig i denne

perioden, som Hoff nevner både i sine motespalter, men også mesteparten av damer intervjuet i boken *“Jenter. Gatemote på 70 og 80-tallet”*. I intervjuet mitt sa Agnieszka Dąbrowska at mange damer prøvde å få tak i det utenlandske magasinet Burda, som man kunne få om man reiste, hadde familie i utlandet eller kjøpte det fra noen som smuglet magasinet over grensen. Burda inneholdte sy mønstre, som kvinner brukte for å sy egne klær, som var både moteriktig og av den vestlig design kvalitet. I *“Przekrój”* skrev Hoff regelmessig om forslag på enkelte prosjekter, som kvinner kunne lage hjemme, som enkelte skjørt, strikkevarer, eller forslag på hva nytt man kan lage fra eksisterende plagg som skjerf. I det Hoff skrev om nye motetendenser, understreket hun alltid, hva som er viktigst å ta hensyn til, for de damene som tenkte å enten lage et plagg selv, eller å bestille hos sydame. Det resulterte i at imitasjon ikke var synlig kun i design prosessen, men var også en kjent praksis, for å kunne skaffe moteriktig klær på egen hånd.

Disse eksemplene peker på at imitasjon i Folkerepublikken Polen ikke foregikk på klassenivå, ettersom i et sosialistisk land fantes det ingen tydelig klassefordeling i samfunnet. Det var fortsatt fordeling i samfunnet når det gjaldt nivået av privilegium en hadde, men det hadde mer å gjøre med tilhørighet til Arbeiderpartiet enn sosiale klasser. Det peker på hykleriet av det kommunistiske systemet, der reglene skapt av de i maktposisjon ikke gjelder på samme måte for dem, som for resten av samfunnet. Mote var mye mer felt for politisk enn sosial kamp og dermed var imitasjonen mer en del av det politiske enn det sosiale, der den polske befolkningen imiterte vest, ettersom det var markering av ens politisk tilhørighet og ikke klasse tilhørighet.

### **5.1.2 Mote og smak**

Ved siden av imitasjon, er smak en kategori, som er interessant i forhold til relasjonen mellom mote og samfunn. Mote manifesterer ny, kollektiv smak (Blumer, 1969) og dermed gjennom å studere klær og nye motetendenser, kan vi lære mer om smaksutvikling. Men hvordan fungerer smak som en kategori i et kommunistisk land, hvor jevning av klasseskille er en dominerende del av ideologien, og hvor myndighetene bestemmer retning av samfunnsutvikling?

Mote er en form for en visuell representasjon av samfunnets smak, men hvordan utformer smaken seg og hvordan blir en tendens til en mote? Blumer (1969) skriver om et kollektivt valg,

altså om at det finnes flere modeller, forskjellige klesplagg som konkurrerer om samfunnets oppmerksomhet. Deretter blir de tendensene som får oppmerksomhet og samfunnets godkjennelse, til mote. Kapitalistiske land var fylt med klær, butikker og reklamer som kjempet om kundenes oppmerksomhet som la grunnlag for dette kollektive valget. I et kommunistisk land var butikkene relativt tomme, og det kollektive valget foregikk mer på konseptuell enn objekt nivå. Det var ikke et valg mellom de bestemte klesplaggene på en butikk, men valget mellom konsepter, ofte presentert i magasiner. Det betyr ikke at butikkene og det som fantes der ikke spilte en rolle, men grunnet få varer, var de mindre betydelige i smaksutvikling.

Klesprodusentene klarte ofte ikke å respondere på nye tendenser fort nok, og som resultat tok det lang tid før en moteriktig ting fant sin vei til butikken. Hoff skriver om dette problemet i *“Przekrój”* i utgave 29 fra 1972. I denne spalten skriver Hoff om en ny mote for topper og kjoler med en åpning på baksiden og hun forklarer hvordan damer kan lage en slik selv. Hun understreker at denne tendensen ikke kommer til å vare så lenge og derfor er det vart å lage en selv, slik at man kan få en før den går av mote.

Butikker spilte en liten rolle i smaks utvikling i Folkerepublikken Polen, ettersom de stadig manglet varer og var trege med å respondere på nye motetendenser, grunnet treg produksjon. Som et resultat av dette, hadde klesforbrukere mye mer ansvar enn klesforbrukere i vestlige land, ettersom de ikke kunne stole på at butikker tilbyr det som er moteriktig, og de måtte ta de avgjørelsene selv. I *“Przekrój”*, i utgave 14 fra 1977, skrev Hoff at det var mer og mer vanlig i moteverden, at andre skulle tenke for oss, konsumentene, og det var butikkene som skulle ta over det ansvaret. I vest, *prêt-à-porter* var mye bedre utviklet, butikkene og masse produksjon klarte å reagere fort på endringene i moten som resulterte i at de kunne tilby motens nyheter kort tid etter at de oppstod. Derfor trengte konsumentene ikke å følge like mye med endrende tendenser på egen hånd, ettersom butikkene og produsentene gjorde det for dem. Til tross for denne tendensen, til å overføre ansvaret til butikker og produsenter, så situasjonen annerledes ut i Folkerepublikken Polen. Konsumentene måtte finne andre måter å få tak i moteriktig klær og dermed hadde de mer ansvar i forhold til de valgene de tok. Både motespalter i *“Przekrój”*, intervjuer fra boken *Jenter. Gatemote på 70 og 80-tallet* og mitt eget intervju med Agnieszka Dąbrowska, bekrefter, at mange sydde klær selv med utgangspunktet i bilder de så i motemagasiner, ofte vestlige motemagasiner. Ettersom de enten måtte sy plagget selv eller benytte seg av tjenester av en sydame, måtte de selv ta ansvaret for å velge hvilke plagg som skal

lages. De ofte tok valgene basert på plagg de så i motemagasiner, filmer, på tv. Derfor var det disse magasinene og andre former for media, i større grad enn butikkene, som var med på å påvirke klærne de lagde og dermed deres smak.

70-tallet var en periode da Folkerepublikken Polen var mest åpen til vestlige innflytelser i hele sin kommunistiske historie. Dermed var mange endringer i mote og livstil påvirket av disse endringene i vest. Blant disse tendensene var forsvinning av tydelige grenser i moten. Kategorier som status, kjønn eller alder var ikke tydelig markert med klær lenger. Det samme gjaldt deling i årstid og sesonger, der klær ikke lenger var skapt med tanke på bestemte sesonger, men skulle brukes hele året.

Kuczynska skrev at antrekk ikke var en sosial markør lenger (Kuczynska, 1977, 7). Hun skrev videre at mote fortsatt kunne si noe om estetiske preferanser eller om politiske holdninger, men ikke om sosial status. I det tilfelle var mote i mindre grad preget av klassestrukturer, og i større grad preget av politiske preferanser og livstil. Hun skrev at mote endret seg på 70-tallet til mer uformell, nonsjalandt, som resulterer i at man ikke kunne se lenger hvem som er hvem. Den dominerende stilen var sportstil, og klær som før var dedikert for ferie og helg, ble til hverdagsklær som man brukte i byer (Kuczynska, 1977). Klassestrukturer som før var synlige gjennom klærne var ikke like tydelig markerte lengere. Klær inspirert av arbeidstøy, som var veldig populære på 70-tallet, var brukt av mange, uavhengig av deres yrke.

En annen kategori, som var mindre synlig i moten på 70-tallet, var alder. I det Kuczynska skrev i sin bok, altså på slutten av 70-tallet, fantes det ikke aldersgrenser for bestemte klær, og begrepet ungdomsmote var uaktuelt (Kuczynska, 1977). Det som før var definert som ungdomsstil, begynte å gjelde alle. Ungdomsstil handlet ikke lenger om å være ung, men om å kle seg på en måte karakteristisk for stillen. Det samme pekte Hoff på i sin motespaltet i *“Przekrój”*. I utgave 33 fra 1977 skrev hun om hvordan jeansbukser ble fra plagget for ungdommer til plagget for alle. Hoff skrev at denne overgangen handlet om at første generasjonen, som var med på å skape ungdomskulturen vokste, men allikevel beholdt deler av ungdomskulturen, som for eksempel jeansbukser. Fra nå av var det ikke alder, men preferanser og livstil som bestemte over hvordan folk kledde seg. Derfor kunne man på 70-tallet se en ny generasjon av voksne, som ikke vokste fra sin ungdomskultur, ettersom den ble til et konsept uavhengig av alderen.



Forsvinning av grenser var synlig i både analyserte magasiner og bøker, men det er viktig å være oppmerksom på at motevirkelighet skapt i motemagasiner og motevirkelighet utenfor dem ikke alltid samsvarer. Motemagasiner presentere forslag, formidler informasjon om nye tendenser og peker på i hvilken retning mote går. Det å se disse tendensene på gatene og i samfunnet er ofte en prosess. Derfor peker mote ofte på en retning, annonserer en endring og peker på mulig fremtid. For at det skjer endring, må en motetendens bli godtatt av samfunnet. I sitt intervju for magasinet *“Przyjaciółka”* (Venninne) i 1977 understreket Hoff at til tross for mer frihet i mote, reagerte mange voksne kvinner på nye trender med motstand og det tok ofte lengere tid for eldre kvinner, enn for unge til å prøve ut og akseptere disse tendensene. Det peker på at mote som et fenomen ikke alltid er direkte gjenspeiling av dagens samfunn når den først kommer, men mer et tegn på endrings prosessen og retningen samfunnet utvikler seg i.

Det er viktig å understreke, at til tross for at motetendenser i kategorier som alder, kjønn eller status er mindre synlige på 70-tallet enn før, ikke betyr at de forvant helt. Folkerepublikken Polen var et konservativt land, der samfunnet var preget av den katolske kirken. Det betydde, at selv om det var en tendens at flere klesplagg var akseptert for kvinner, som for eksempel bukser, var det fortsatt en del sosiale begrensinger, for eksempel at kvinne ikke kunne gå i buksene i kirken.

I et samfunn uten tydelige grenser spiller smak en annen rolle. Det er ikke et tegn på tilhørighet til en sosial klasse og status. Smak, og valgene som er tatt basert på den, kommuniserer livstil, væremåte og personens verdier. I et kommunistisk og konservativt land, er smak ikke kun preget av det enkelte personer liker, men også av det som er pålagt av kirken og den kommunistiske ideologien. Til tross for at motefeltet ikke var like mye sensurert som film eller litteratur, og var mer åpen for vestlige innflytelser, var det ikke alltid gjenspeilet i samfunnet, spesielt når det gjaldt mer voksne kvinner. Derfor ble smaken i Folkerepublikken Polen og dens utvikling var et møte mellom vestlige tendenser, konservativt og religiøst samfunn og den kommunistiske ideologien.

### 5.1.3 Mote og kvinner

Forholdet mellom kvinner og mote, er den siste kategorien jeg vil se nærmere på i det å studere forholdet mellom mote og samfunn. Kwamura (2005) skrev at fra XIX århundre var kvinnens samfunnsrolle definert ut ifra deres interesse for mote og skjønnhet. Simmel (1957) skrev at mote var en form for kompensering for kvinner i mangel av hennes posisjon i samfunnet. Han skrev videre at kvinner ble til en form for spetakkel, for å manifestere mannens rikdom. Men i Folkerepublikken Polen var klassestrukturer ikke synlige, og borgeskabet som en sosial klasse, var ikke eksisterende. Dermed skilte kvinnens posisjon seg fra den i vest, beskrevet av Kawamura (2005) og Simmel (1957).

Kvinner spilte en stor rolle i gjenoppbygging av samfunnet etter andre verdenskrig. Til tross for at likestilling var en propaganda og hadde i praksis lite å gjøre med en faktisk frigjøring av kvinner, er det faktum at kvinner spilte en stor rolle både hjemmet, på arbeidsplasser, og noen ganger også i offentlig liv. Bildet av kvinner promotert av Staten hadde sin gjenspeiling i mote, men var ikke dominerende, ettersom kvinner var både under statens innflytelser, som promoterte en mer tradisjonell og feminin utgave av kvinner, men også under vestlige innflytelser som promoterte likestilling og frigjøring. Det resulterte i at kvinner opplevde mange motsigende signaler, ettersom de skulle være både tradisjonelle og moderne, både arbeidere, aktive deltakere av samfunnet og husmødrene. I moten resulterte det i at kvinner ikke hadde et forbilde de kunne følge, men var fra den ene siden påvirket av frigjorte kvinner i bukser, som kunne kle seg i hva de ville uavhengig av alder, og fra den andre siden påvirket av det konservative samfunnet, der det ble forventet at kvinner hadde på seg beskjedne klær, med lengde passende til alder og anledning.

Disse motsigende signaler kan man i en undersøkelse fra 1968, der menn utalte seg om kvinner i bukser. De som var under 30 år, mente at det ikke var et problem at kvinner hadde på seg bukser. De som var over 30 år, mente at buksene tok fra dem gleden av å se på de fine kvinnelige bein, men også av denne grunnen hadde de ingen problemer med at deres døtre hadde på seg buksene. Kvinner utalte seg også om saken, og sa at buksene var et passende antrekk på jobb, eller å ha på seg hjemmet, men at de ikke burde ha på seg bukser hvis det ikke var godkjent av mannen deres (Boćkowska, 2015: 140). Det peker på generasjons forskjeller blant menn, der yngre menn var mye mer åpne for samfunnsendringer, enn de som var eldre,

men også at kvinner, selv om satt pris på komfort av bukser, ikke ville bruke de hvis det var imot mannens vilje. Det er viktig å understreke at det gjaldt kvinner som allerede var gift, og dermed ikke var representabel for alle kvinner. Til tross for det, kan det peke på at til tross for vestlige innflytelser, var Folkerepublikken Polen et konservativt land, der kvinnens klesstil var avhengig av deres menn.

For unge kvinner var det å følge etter mote og ha moteriktige klær veldig viktig. I en undersøkelse gjort av en journalist, svarte ungdommer som var spurt om hva de kunne ofre for moteriktig klær “seg selv og sin ærlighet” eller “middager”, og kun 8% av jenter og 2% av gutter hadde ikke ofret noen ting (Pelka, 2013: 254). Sosiologene som forsket på grunnen til prostitusjon rapporterte at blant 500 jenter som deltok i undersøkelse, begynte over 60 % med “små betalt eventyrer” som en måte å få tak i moteriktig klær. Det var stort sett jenter fra bygder som ville passe inn i byene de har flyttet til (Pelka, 2013: 254). Disse undersøkelsene peker på at moteriktige klær var viktig for unge jenter, både som en form for sosial tilpassing blant dem som flyttet fra bygder til byer, men også for ungdommer som allerede bodde i byer, for å passe inn i sin gruppe. På denne måten var moteriktige klær en grunnleggende del for å kunne adaptere seg i et miljø. Blant unge jenter som flyttet fra bygd til by, peker det også på avmakt, som disse jentene opplevde i det de flyttet og at sosial tilpassing og moteriktig klær var viktig nok, til at de var villige til å selge kroppen sin. Det viser også på hvordan disse jentene ble utnyttet og hvordan menn brukte deres avmakt og behov for å passe inn, som et forhandlingskort.

Blant voksne damer, var forholdet til mote annerledes. Som tidligere nevnt i intervjuet fra magasinet *Przyjaciółka*” (Venninne) i 1977 sa Hoff at voksne kvinner møtte de nye motetendensene med mer motstand enn de unge. Dette skrev hun også flere ganger i sine motespalter i *“Przekrój”*, der hun understreket, at kvinner burde stole mer på henne og ikke vente til en tendens blir utdatert før de tør å prøve den ut. Så selv om mote på 70-tallet handlet mindre om hva som passet i en vis alder, var kvinner fortsatt skeptiske til mange nye moter. Grunnen til det kunne være møtet av de forskjellige innflytelsene som kvinner opplevde, som var en blanding av vestlige og konservative innflytelser.

Kuczynska (1977) skrev at det å være gammel handlet mer om mental tilstand og energien enn utseende, og at kvinners interesse for det som skjer i verden rundt påvirket deres aldring prosess. Om de fulgte med verdensutviklingen og teknologiske endringer, var, ifølge

Kuczynska, en faktor som spilte en stor rolle. Hun så mote som en form for manifestering av det moderne, og de kvinnene som klarte å følge med fremsto som både moderne og yngre. Det Kuczynska skrev var en interessant antakelse, men var umulig å oppnå for mange kvinner, ettersom mange kvinner var både profesjonelt aktive og hadde mye ansvar hjemmet, noe som gjorde det vanskelig å opprettholde både energien og utseende.

Men hva betydde egentlig en eldre, eller en voksen kvinne? Kuczynska skrev at *jo lavere kulturell og samfunnsutvikling, jo kortere ser man i det kvinnelig kjønn en kvinne* (Kuczynska, 1977, 99). Det betyr at i et mindre utviklet land og samfunn, blir en kvinne tidligere behandlet som en gammel kvinne. En ung jente, en ungdom var en ny alder kategori, som oppsto på grunn av den globale utviklingen av ungdomskulturen. Derfor når jeg skriver om unge jenter, og ungdommer, referer jeg til det jente begrepet og unge jenter, som allerede har flyttet hjemmefra og studerte, men ikke var gift og ikke hadde barn. Kuczynska understreket at før, var en kvinne i 20 årene som ikke hadde mann og barn, ansett som gammel, enslig dame, men det endret seg med utvikling av ungdomskulturen. Men Folkerepublikken Polen var fortsatt et konservativt land, som ikke var et like mye samfunns utviklet som land i vest Europa. Derfor måtte de fortsatt gifte seg mens de var i 20-årene for å ikke bli sett som en peppermø. Kuczynska skrev om et eksempel av en godt voksen polsk kvinne, som måtte flytte til vest, for hun hadde ingen fremtid i Polen, mens der hadde hun fortsatt mulighet til å finne seg en mann og leve godt. Kvinner i voksen alder på denne tiden i Folkerepublikken Polen hadde mindre muligheter, ettersom mer voksne kvinner ikke var sett som attraktive lenger og det var mye skam og bedømmelse grunnet alderen. Kuczynska understreket også at bak det presset som var pålagt kvinner, sto som regel andre kvinner. Andre kvinner som ikke var tolerante og aksepterende, som likte å dømme dem og kommentere. Dette peker på at alder som en kategori, var problematisk både i mote og i samfunn, ettersom vestlige innflytelse som promoterte likestilling og kvinnefrigjøring ofte var møtt med skepsis både fra kvinner og menn, som gjorde samfunnsendring veldig utfordrende.

Kvinnefrigjøring var på 70-tallet et aktuelt tema, som var kommentert i Polsk Film Kronikk. I et utsnitt fra Polsk Film Kronikk fra 1970 (Kmilewe, 2012, 8:45) kan man se kommentarer i forhold til hva det betyr å være en kvinne. Det er konkludert at polske kvinner ikke har behov for å reise til utlandet og få utalandske påvirkninger til sin kvinnelighet, siden det er kun i Polen de kan lære, hvordan å være en polsk kvinne. Det peker på det tradisjonelle bildet

av kvinne, som var promotert av Staten. Det at en kvinne var moderne i vestlig forståelse av ordet, altså en likestilt kvinne, som reiste mye og var uavhengig, ikke var sett i Folkerepublikken Polen som en verdi. En ekte kvinne i Polen, skulle først og fremst være polsk og tradisjonell. I en annen video fra Polsk Film Kronikk fra 1972 (Kmilewe, 2012, 8:40) var det et utsnitt om kvinnefrigjøring som *“var møt med latterlig smil fra menn”*. I utsnittene kan man se forskjellige kvinner: en kvinne som jobbet som bygger, murer og en som kjørte traktor. Videoen hadde som formål å gjøre narr av kvinner og ikke promotere likestilling, som er understreket av videoens oppleser. I en video fra Polsk Film Kronikk fra 1975 (Kmilewe, 2012, 4:20) er det snakk om kvinner som jobber i alle mulige steder som fabrikker, kommuner og butikker. Til slutt konkluderer videoen at på butikker jobber kvinner på begge sider av kassa, som en selger og en kunde. Denne utgaven av Polsk Film Kronikk fanger veldig godt hvordan kvinner ble sett av menn på 70-tallet. Menn anerkjente at kvinner ville jobbe i mannlige yrker, men så det ikke som en fare for sin egen posisjon. De oppfattet frigjøring som en form for lek, som var useriøs.

Selv om Polsk Film Kronikk ikke er en kilde til objektiv sannhet om hvordan livet i Folkerepublikken Polen var, for det var en del av propaganda, peker den på hvordan landet ville fremstå. Det peker på verdiene som var promoterte av det kommunistiske systemet og hvordan det systemet så kvinner og deres rolle. I Polsk Film Kronikk fra 1972 (Kmilewe, 2012, 0:40), kan man se en kvinnedag feiring og samtaler mellom kvinner. Der kommenterer de på hverandres utseende og overvekt, og konkluderer med at *jo lengere man er med en mann jo mer overvektig blir man*. Videre i videoen ser vi en familie som feirer kvinnedagen sammen. Det er understreket flere ganger hvor viktig kvinnerollen er som mor, som var karakteristisk for perioden, der kvinnens viktigste samfunnsrolle var det å være mor. Når andre kvinner er introdusert senere i denne videoen, er de ofte definert ut ifra to kategorier: yrket og det å være mor. Det peker på at i menns øyne, var kvinnens viktigste oppgave å være mor.

Mødrene var sett som viktige, ikke bare av menn, men også av andre kvinner. I boken *“Dziewczyny. Moda ulicy lat 70-tych i 80-tych”* (Jenter. Gatemote fra 70 og 80-tallet) av Agnieszka L. Janas, kan vi lese flere intervjuer med journalister, musikere, designere og tv personligheter som hadde sin karriere hovedsakelig på 70 og 80-tallet i Folkerepublikken Polen. I disse intervjuene kan man lese hvorfor mote var viktig for dem, hva og hvem som formet deres moteinteresse og hvilken rolle mote spilte i livene deres. Det repeterende motivet i intervjuene

var hvor viktig andre mennesker var i deres motereise, spesielt andre kvinner. De damene startet ofte intervjuene med å understreke rollen til sin mor, som ofte var det første stilikonet de hadde. Derfor var mødrene viktige ikke bare i forhold til deres samfunnsrolle, men også i forhold til mote, som inspirasjon for sine døtre.

Mote gjelder alle kvinner, uansett alder og samfunnsrolle. Selv om de forskjellige aspektene var med på å forme deres forhold til mote og klær, fantes det noen aspekter ved mote som var universale. Det som gjaldt alle kvinner, var mote som et verktøy for å oppnå noe. Om de forsøkte å utrykke sin identitet, passe inn, utrykke sin tilknytting til tradisjonen eller vise sin interesse for det moderne, var mote et middel til målet. Kuczynska peker i sin bok "*Mote i epokens rytme*" på kvinner, som brukte mote som et verktøy. Kuczynska (1977) skrev at *kvinner har ikke en fast identitet. Noen ganger har de lyst å være moderne, aktive og selvstendige, og da kler de seg i arbeidsantrekk, bukser og skjorter. Andre ganger vil de få frem sin feminin side, vise at de er delikate og at de trenger en mann som skal ta vare på dem, og da velger de kjoler, høye hæler og krøller håret.* Denne forståelsen av mote ligger nærmere Kawamura sin teori (Kawamura, 2005) der hun skriver om mote som kilde til makt, som er kontrollert av kvinner selv. Som Finkelstein skriver (1996) kan mote sees som en konspirasjon for å distrahere kvinner fra politikk, økonomi og kultur, men Folkerepublikken Polens tilfelle kunne den også være et verktøy for å aktivt påvirke virkeligheten rundt.

## **5.2 Mote som institusjon**

*Mote i Folkerepublikken Polen var en slagmark på flere fronter. De som produserte klær måtte kjempe om å få takket i tekstil, fabrikkene måtte kjempe om kvalitet, de som solgte klær måtte kjempe om produktleveranse og kundene måtte kjempe om å få kjøpe noe som helst, uansett farge, tekstil og størrelse (Boćkowska, 2015: 14).*

Forholdet mellom endringer i mote og samfunnsutvikling peker på hvordan mote som et fenomen relaterer seg til mennesker og virkeligheten rundt. Men for å forstå mote som et fenomen, er det viktig å forstå hvordan mote fungerer som felt og hvordan mote fungerer som institusjon. Derfor skal jeg i denne delen se nærmere på hvordan både mote og klær var skapt på 70-tallet i Folkerepublikken Polen, og hvem som produserte, solgte og forbrukte dem.

### 5.2.1 Mote og makt

Når man skriver om et institusjonalisert system, er det viktig å se nærmere på maktforholdet i mote som et felt. Selv om Folkerepublikken Polen var en del av den østlige blokken, var den ikke helt isolert fra vestlige innflytelser. I boken “*I politisk fasong. Ungdomsmote i Folkerepublikken Polen og DDR*” skriver Pelka at *Folkerepublikken Polen var mye mindre isolert fra vest enn DDR til tross for at DDR var geografisk sett nærmere vest* (Pelka, 2013). *Mens Folkerepublikken Polen var under påvirkning fra den franske moten, opplevde DDR disse vestlige tendensene gjennom Polen* (Pelka, 2013).

Paris, som motens hovedstad hadde stor innflytelse på andre land, samt Folkerepublikken Polen. Før andre verdens krig, var mote mest assosiert med *haute couture*. Til tross for at denne moten var eksklusiv, hadde den stor innflytelse på alt annet som ble skapt. Det var designere som skapte *haute couture*, som bestemte hva slags mote som var gjeldene. På denne måten hadde de makt monopol. Før, var *Haute coutures* motevisninger hoved inspirasjonskilde til det som ble skapt i masseproduksjon. Designene måtte ofte forenkles og adapteres til masseproduksjonen, men de tok sitt estetisk utgangspunkt i *haute couture*. Posisjonen til *haute couture* begynte gradvis å endre seg etter andre verdens krig. Gruppene som hadde mulighet å kjøpe de eksklusive plaggene krympet noe, som resulterte i at motehusene måtte leve av salg av andre produkter enn klær som parfymen og strømpebukser, for klesplaggene var for kostbare å lage, og det var få som hadde mulighet å kjøpe dem (Kuczynska, 1977). Etter krigen begynte samfunnet å endre seg, både når det gjaldt smak, livstil, væremåte og forståelse av begrepet eleganse. Mange begynte å kle seg mer og mer uformelt og komfortabelt og mesteparten var ikke interessert i plaggene som sto for gammeldags eleganse, som var assosiert med lite komfortable, dyre og elegante klær.

*Haute couture* mistet gradvis sin maktposisjon i årene etter krigen, men det var på 70-tallet man kunne se en tydelig endring. I motespalter i “*Przekrój*”, understreket Hoff disse endringene flere ganger. Allerede i utgavene fra 1972, nevnte Hoff at hverdagslige, komfortable klær begynte å dominere. Hoff pekte på at *haute couture* ikke var hoved kilde til inspirasjon lenger og at det var *prêt-à-porter* som overtok denne rollen. Det var disse kolleksjonene, som var lagd med tanke på større produksjon og tilgjengeligheter som begynte å påvirke motens utvikling

og foreslo nye tendenser. Hoff skrev om denne endringen i 1973 og påstanden kom stadig tilbake i motespalter i årene etter det.

I 1976 skrev Hoff om at *haute couture* designet kun for en liten, rik målgruppe. Det var mote for bestemte mennesker, mens *prêt-à-porter*, var for alle. Den var ikke kun for noen bestemte, men for alle mennesker, som hadde behov for moteriktig klær og skulle ha dem fort. *Prêt-à-porter* samsvarte mye mer med livstil og samfunnet på 70-tallet og dermed forsterker sin posisjon.

I 1977 understreket Hoff at *haute couture* ikke hadde betydning for den polske befolkningen. Antrekkene som var presentert der, fungerte ikke i Polen. De fleste i det polske samfunnet hadde ingen anledninger til å pynte seg, og steder som teater eller fest, hvor man pyntet seg før, pyntet man seg ikke lenger. Derfor følte ikke *haute couture* bare utdatert og utilgjengelig, men også lite praktisk i forhold til polakker sin livstil.

Kuczynska konkluderer i boken "*Mote i epokens rytme*", gitt ut på slutten av 70-tallet at *i moderne verden finnes de ikke plass for diktatur* (Kuczynska, 1977: 3). Hun skrev det som en forklaring på hvorfor *haute couture* mistet sin maktposisjon i mote verden. Kuczynska skrev at det var antimote som hadde blitt til mote og at det var masseproduksjon og gatene som bestemte i hvilke retning mote skulle gå, og ikke kun de store designere i Paris. Det endret feltets dynamikk og er nærmere Blumer sin teori som skrev at mote drives av konsumentenes behov.

### **5.2.2 Designere**

Etter institusjonalisering av mote i 1868, endret posisjonen til designere seg fra håndverkere til designere, nærmere ansett som kunstnere (Kawamura, 2005: 67). Derfor var det designere, som skapte nye tendenser, foreslo nye fasonger og var med på å utforme i hvilken retning moten skulle gå i. I sitt teoretisk perspektiv, skrev Kawamura om Paris som et fenomen og dermed baserte sine konklusjoner på det hvordan motefeltet er strukturert der, som skilte seg nokså mye fra hvordan motefeltet var strukturert i et kommunistisk land.

I et kommunistisk land, måtte designere ta hensyn til tekniske utfordringer, mangel på kvalitetstekstil og det byråkratiske aspektet som ofte påvirket resultatet til de grader, hvor



designet og ferdig produkt så ut som to helt forskjellige konsepter. Derfor kunne designere ikke jobbe fritt ettersom alt måtte godkjennes av forskjellige institusjoner.

I motsetning til Paris, hadde designere i Folkerepublikken Polen ikke mulighet til å skape eget motehus, signert med eget navn. De store motemerker i Folkerepublikken Polen var statlige, og dermed var designere som jobbet for disse merkene, stort sett anonyme. De fleste merkene, var store fabrikker, som ofte hadde egne butikker, eller solgte sine klær i andre statlige butikker. Til tross for det, fantes det noen få designere, som ble kjent under sitt eget navn, og det er dem jeg vil se nærmere på her.

Den første designeren som jeg vil gjerne se nærmere på er Barbara Hoff, som var kjent for sine klær solgte i avdeling i kjøpesentret Sentrum kaldt *Hoffland*. Hoff var også kjent som motejournalist og skrev en av de mest innflytelsesrike motespaltene i magasinet "*Przekrój*", som er en del av empiri i denne oppgaven. På denne måten, var Hoff som en moteleder for befolkningen og hadde to måter å påvirke motefeltet på. Hun var både en del av design og produksjon av klær, men også med på å lansere nye moter gjennom sin motespalte. I disse spaltene skrev hun om mote i vestlige land, og hvordan disse motene kan tolkes og brukes i Polen, om nye tendenser til hver sesong med råd om hvordan de nye moteriktige plagene kan settes sammen, og om hvordan man kan bruke det man har, samt forslag på hva man kan lage selv.

Barbara Hoff var inspirert av Vest. Hun så at i den vestlige verden var det mulig å produsere billig, men moteriktig klær. Hoff sa at *det å produsere moteriktig bluse koster like mye som en ikke moteriktig* (Bockowska, 2013: 101). Hoff i sine prosjekter var veldig klar over at det var detaljene som gjorde den største forskjellen som hun skrev mye om i sine motespalter, spesielt i den tidligere nevnt om jeansbukser. Hoff samarbeidet tett med kjøpesentret Sentrum, og deres avdeling Junior i 5 år. Hennes mål var å tilgjengeliggjøre moteriktig klær for en rimelig pris. Hoff samarbeidet med forskjellige fabrikkene for å få tak i elementene til sine design. Det gjorde at det å jobbe med designet var logistisk sett veldig krevende, men ga gode resultater, som folk sto i lange køer for å få tak i. Disse køene husker mesteparten av damer intervjuet i Janas sin bok "*Jenter. Gatemote på 70 og 80-tallet*". Derfor skilte hennes prosess seg fra det hvordan designere jobbet i Vesten. Det startet ikke alltid med en bestemt idé, men heller med en utforskning av hva som er tilgjengelig av tekstil og tilbehør og hva man kan lage av det. På

grunn av sit journalistarbeid, var Hoff veldig godt kjent med nye tendenser, dynamikken i feltet og var klar over det som konsumentene, spesielt unge, ønsket seg, og dermed var hennes kolleksjoner alltid utsolgt og hadde stor suksess.

Hoff understreket selv at hun var veldig politisk i hvordan hun designet klær. Det bekreftet også Agnieszka Dąbrowska som jeg intervjuet, som kjenner Hoff personlig. I vår samtale, da vi snakket om politiske aspekter ved moten, understrekte hun hvordan de forskjellige designere, hadde annerledes forhold til å blande mote og politikk. Dąbrowska var veldig tydelig på at Hoff hadde det som et formål å kjempe mot det politiske systemet gjennom mote. Hun kjempet mot russifisering, men kunne ikke si det høyt og direkte. Gjennom å lage klær som var vestlig inspirert, manifesterte hun, og mange andre som brukte de klærne, sin tilhørighet til Vest-Europa og avstand fra de kommunistiske myndighetene. Det peker på, at mote, på lik linje med kunst og litteratur, var en måte å kjempe mot det politiske systemet. Det som var forskjellen, var at siden i moten denne kampen ikke var like mye synlig og bokstavelig, var det vanskeligere å sensurere den. Tvert imot, mote ble ofte brukt av myndighetene som en form for legitimering av systemet, ettersom de viste de representative kolleksjonene i utlandet, samt vestlige land, for å manifestere at sosialistiske land kan skape like gode, hvis ikke bedre, klær som de i Vesten.

Da Aleksandra Boćkowska jobbet med boken "*Det er ikke mine kameler*", ville hun intervju Hoff. Boćkowska skrev at de snakket mye om politikk og livet, men lite om mote. Hoff, i deres samtaler, understreket at bøker om mote i Folkerepublikken Polen var forferdelige. Hun mente at unge folk skrev om det de fant i aviser fra denne tiden, mens ifølge henne var det ingen sannhet i disse avisene (Boćkowska, 2015: 119). Det er interessant med tanke på at Hoff har bidratt med hvordan det ble skrevet om mote, med sin motespalte i "*Przekrój*" og var derfor med på å skape den skriftlige virkeligheten.

Grażyna Hase var blant de viktigste designere i Folkerepublikk Polen, spesielt på 70- og 80-tallet, og en av de få designere, som klarte å skape sin egen merkevare til tross for at hun for det meste jobbet for store fabrikk. Hun jobbet først som modell og begynte å jobbe som designer på slutten av 60-tallet. Hennes første kolleksjon laget for årsdagen for oktoberrevolusjonen ble en stor suksess og ble mest husket for et antrekk Hase presenterte på seg selv, kalt Lenin. Hase var ikke politisk på samme måte som Hoff og hun understreket ofte at hun *kjempet ikke mot systemet, men hun prøvde å klare leve i den* (Dąbrowska). Med den første

kolleksjonen gikk Hase fra å være modell til å bli en motedesigner og begynte å jobbe mye, både ved TV-produksjoner, men også samarbeidet med fabrikkene Cora som hun jobbet for i flere år.

Derfor var jeg interessert i å snakke med Hase, for etter alt som jeg leste om henne, fremsto hun som et fenomen. Hun var blant de få, som var kjente designere under sitt eget navn, som hadde variert erfaring med å både designe kolleksjoner til salg i landet, til representative formål i utlandet, men også antrekk for TV- og musikkstjerner.

Etter at vi avtalte intervjuet, fløy jeg til Warszawa for å treffe Hase i hennes atelier, som både var et sted for å lage klar, men også et kunstgalleri. I dag er stedet behandlet som historisk viktig og er en del av Warszawas kulturminne. Grażyna Hase sa ja til vårt intervju, men etter at jeg har kommet frem, var hun ikke interessert i å prate om mote. På samme måte som Hoff, så hun ikke poenget i det. Hun ville snakke om andre, hverdagslige ting, men ikke om mote. Mens hun snakket om andre ting, så ble det gjort veldig tydelig hvorfor ville hun ikke prate om mote. Grunnet sin karriere og ikonstatus i Polen, hadde hun både hatt mulighet til å snakke my om sin karriere i form av møter og forelesninger, men også, skrive sin biografi. Hase ga meg denne boken og sa, at der finnes det alt hun har å si om mote.

I det vi snakket om andre ting, fortalte hun om hvordan samfunnet endret seg, og hvordan livet i Warszawa var annerledes før. Hun fortalte om tider da alle kjente hverandre og felleskapet hadde større betydning. Hun snakket også mye om økonomiske vanskeligheter. Hun fortalte om atelieret hvor vi traff hverandre og om at det er krevende å betale alle regningene fra hennes pensjon som ikke var stor. Etter at hun sa det, spurte jeg om hun ikke tjente noe på alle de utstillingene om henne og hennes arbeid som designer? Da fortalte hun at hun gjorde det, men det er et beløp som hun får, når hun da selger klærne sine til museene, og at de pengene varer ikke så lenge noe som gjør at etter hvert må hun betale alt fra pensjonen sin som ikke var stor. Det viste seg at hun får ingen økonomisk støtte, til tross for statusen til hennes atelier.

Mangel på gode økonomisk løsninger, status som et ikon som er på en måte er husket, men som samtidig føler seg glemt, skaper et komplisert forhold mellom designeren og hennes prestasjoner. Hun snakket også, at hun angret på at hun ikke flyttet til Tyskland, da hun hadde mulighet, men da var hennes tilknytning til Polen for stor og hun ville ikke bo i utlandet. Det viste meg, at hun virket litt skuffet på livet, til tross for at hun levde et veldig spennende liv, i en periode da de fleste ikke en gang kunne reise. Som mange andre designere fra perioden, så har

hun ikke klart seg så bra etter systemtransformasjon. Hun jobbet fortsatt og designet klær, men den kapitalistiske virkeligheten var annerledes fra den kommunistiske, der en designer jobbet for statlige institusjoner, for store fabrikker, der de hadde ikke ansvar for å ta hensyn til den økonomiske siden. Selv om det var vanskelig å lage klesplagg i tiden der det manglet alt, var selvet jobbet til en designer mye mer institusjonalisert og på mange måter tryggere som profesjon. Med kapitalismen kom det mer frihet, bedre tilgang til tekstiler, muligheter for å skape egne merkevarer, men med det kom det også mer økonomisk ansvar.

Ved siden av Hoff og Hase, som var blant de viktigste og mest kjente designere i perioden, var det også en statlig institusjon Moda Polska (Polsk Mote). Moda Polska var en stor institusjon, der det jobbet mange designere i forskjellige avdelinger. Det å være et statlig motehus, var i polsk nyere historie et fenomen som finnes ikke lenger.

Moda Polska, til tross for sitt navn, var ikke institusjon som lagde klær inspirerte av den polske kulturarven. Moda Polska var et statlig, luksusmotehus, som lagde kolleksjoner, som oftere hadde et representativt formål, enn at det var til salgs. Klesplaggene laget av motehuset samsvarte ofte med de nyeste tendensene i Paris og var eneste form for *haute couture* i Folkerepublikken Polen.

Historien til Moda Polska, stiftet i 1958, startet med Jadwiga Grabowska som var første kunstnerisk direktør i institusjonen. Hun kom fra en velstående, akademisk bakgrunn, kjente flere språk og var utdannet journalist. Etter andre verdenskrig, mistet både hun og hennes familie alt, og derfor var Grabowska nødt til å finne en måte å tjene penger på. Grunnet hennes familie, reiste Grabowska mye og hadde stort nettverk i utlandet og var kjent med selveste Coco Chanel.

I sitt intervju til Panorama, fortalte Grabowska hvordan hennes eventyr startet med mote etter krigen og hvordan hun startet sin første butikk kalt *Feniks: Warszawa ble ødelagt og alt var først da. Og alt måtte bygges opp igjen. Og jeg bestemte meg for å hjelpe den polske kvinnen med å gjenvinne stillingen hun en gang hadde – og polske kvinner har alltid vært kjent som velkledde og grasiøse. Jeg mente at det var ekstremt viktig for psykologisk gjenfødelse å utvikle overbevisningen om at til tross for alle grusomhetene som hadde skjedd og det som fortsatt var så vanskelig, må man leve et normalt, fullt liv, som også inkluderer klær og skjønnhet. Så jeg åpnet en butikk i Marszałkowska-gaten. (...) Først hadde jeg nesten ingenting i den – noen av mine egne kjoler. Men snart begynte folk å ta med seg ting sendt i pakker fra utlandet, forsyninger av materialer tatt ut av garderober, noen knapper, skjjerf,*

vesker, hva enn du hadde. Så det var mye å velge mellom. Og jeg likte å gi råd. Det viste seg snart at det var stor etterspørsel ikke bare etter ferdige klær. Kundene begynte å spørre om muligheten for å skreddersy noe, om endringer. Så jeg åpnet et servicepunkt og ansatte de beste dressmakerne jeg kjente før krigen og som jeg klarte å nå. Jeg kalte dette etablissementet Feniks, ettersom det ble gjenfødt i dette fattige, askegrå, utbrente Warszawa. (Jadwiga Grabowska, Cultured.pl, Boćkowska, 2017).

I 1947 grunnet statens overtakelse av private virksomheter, mistet Grabowska sin butikk, men fikk jobb hos den statlige institusjonen Moda Damska (Mote for kvinner), som senere resulterte i en jobb for motebyrået Ewa, som etter hvert ble slått sammen med en annen bedrift og ble til Moda Polska. Grabowska med sin posisjon og stort nettverk, spilte en stor rolle i retningen Moda Polska gikk i. Moda Polska spilte en stor representativ rolle og var den mest prestisjefulle moteinstitusjoner i landet. Moda Polska var en del av den franske *Chambre Syndical de la Haute Couture* (Boćkowska, 2015) som var mulig grunnet Grabowska sitt nettverk og det faktum at hun kjente direktøren til CSHC.

Det å bli en del av *Chambre Syndical de la Haute Couture* ga Moda Polska tilgang til motevisninger av de beste designere i Paris, men også mulighet til å kjøpe deres mønstre til å lage klær. Det å bli en del av *Chambre Syndical de la Haute Couture* kostet penger og det var Staten som betalte for det og designere som jobbet for institusjonen reiste til Paris hvert år, frem til innføring av en krigstilstand i landet på 80-tallet. Det å være en del av den prestisjefulle Paris-institusjonen var en blanding av statens interesser i å kunne legitimere sitt system i Vesten, gjennom å vise at en sosialistisk republikk skapte mote på like høyt nivå som designere i Paris, og Grabowska sin innflytelse, som klarte å overbevise Staten til å la henne gjøre det som hun syntes var best. På mange måter er retningen Moda Polska ble utformet på, skjedd på grunn av Grabowska.

Moda Polska var i en spesiell situasjon, ettersom de fikk utenlandsk valuta fra handelsdepartementet for å kunne kjøpe tekstil i Paris til sine kolleksjoner. Disse tekstilene var som regel ikke brukt i de kolleksjonene som var solgt i butikken av Moda Polska i Polen, men til kolleksjoner som hadde representativt formål i utlandet. Moda Polska hadde mer utdanningsformål enn salg. Man kunne lære mer om estetiske løsninger fra Paris, om nye motetendenser. Moda Polska var en polsk utgave av *haute couture* og promoterte gammeldags eleganse og smak, og dermed var målgruppen deres voksne, elegante damer. I Folkerepublikk

Polen var *Moda Polska* som et vindu til den vestlige verden, men dessverre, som mange andre aspekter av mote på denne tiden, var institusjonen mye mer som en performans, til å vise frem til andre hva polsk mote er, og ikke en faktisk refleksjon av hva den var.

### 5.2.3 Motevisninger

En annen viktig del av feltet er det å kunne vise frem kolleksjonene som er skapt av de forskjellige designere og produsentene. I motespalter i *“Przekrój”* skrev Hoff om motevisninger og understreket at de fleste motevisningene var for journalister, slik at de kunne bli kjent med nye tendenser og spre dem videre. I vestlige land var motevisninger en form for å annonsere, det som senere var tilgjengelig for salg, men i Folkerepublikken Polen, ifølge Hoff, var motevisninger mer et prestisjearrangement, enn annonsering. Produktene som ble vist, kom aldri til det stadiet, at de var til salgs.

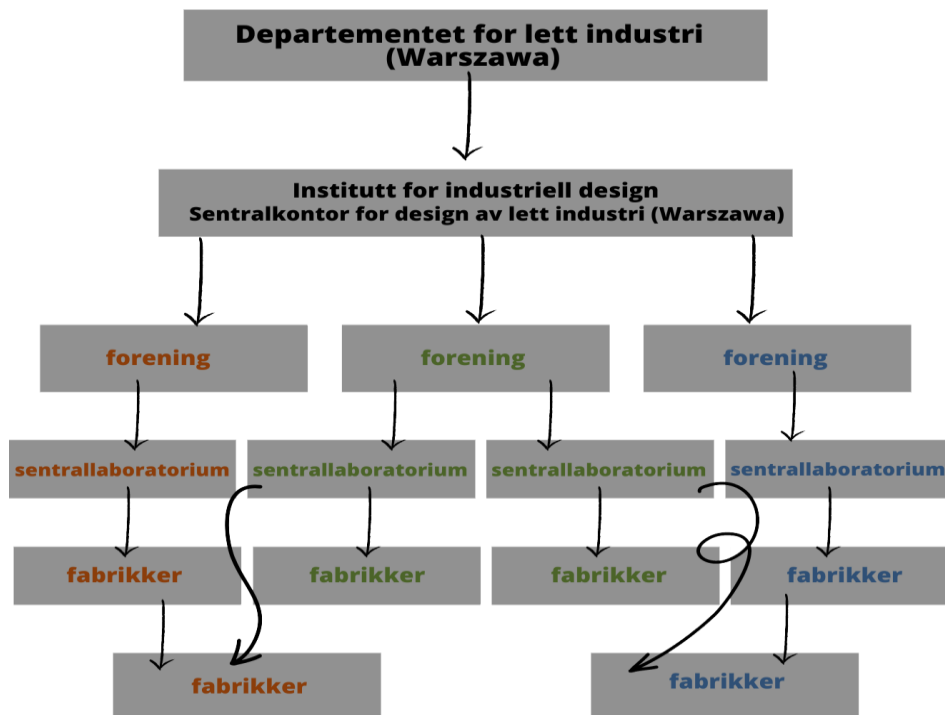
Derfor tolker jeg mote i Folkerepublikken Polen som et performativt fenomen. Mote var som en slags performans som var med på å skape et fiktivt bilde av en ikke eksisterende virkelighet. Motevisninger, i stedet for å være en annonse for det som kommer til salg, en presentasjon av hvordan står det til med mote industrien i landet, er de en presentasjon av det som industrien kunne ha vært, men er det for et show.

I en utgave fra 1978 skriver Hoff om at motevisninger deles i to kategorier. Den første type motevisninger er de, der det introduseres noe nytt, noe kunstnerisk, foreslås nye ideer samt forklaring på hvordan man kan ta dem i bruk. Den andre type er motevisninger der det presenteres det som produseres i landet. Det er den andre typen som man ser mest av i Folkerepublikken Polen. Problemet med disse visningene var at det å vise hva som produseres betydde ikke å vise det som selges. Disse visningene handlet mye mer om det tekniske og produksjonsmuligheter, enn det som faktisk skulle komme til salgs. Og der igjen disse motevisningene handler om å vise tekniske muligheter, vise at Polen som et sosialistisk land, har flotte fabrikker og store muligheter, og at landet er sterk. Disse mulighetene, disse visningene, disse kolleksjonene, var kun performative og hadde lite å gjøre med den faktiske virkeligheten.

## 5.2.4 Strukturer i feltet

Motefeltet var en kamp på alle frontene, fra design, gjennom produksjon, til salg og forbruk. Folkerepublikken Polen var kjent for byråkrati som resulterte i at prosessen i å produsere klær var lang, som resulterte i at plagg som ble produserte, ofte ble utdaterte før de kom til salgs. Hoff kommenterte produksjonen i landet: *det produseres ting som er avant-garde, men fra 2 år siden. Fine, men utdaterte* (Pelka, 2020: 263). Pelka skrev at det tok to måneder å produsere ungdomskolleksjoner, men grunnet kompliserte, byråkratiske strukturer, tok det to år før et mønster, en design ble laget og godkjent av de forskjellige avdelingene, for å deretter kunne produseres (Pelka, 2013: 86). Derfor var det nesten umulig å lage noe som var moteriktig, med mindre en motetendens varte lenge nok.

Motefeltet i Polen var styrt og eid av staten og strukturert i flere institusjoner som er presentert på figuren under. På toppen var Departementet for lett industri som var hovedinstitusjonen og videre fantes det et institutt for industriell design og forskjellige foreninger som samlet fabrikk ut ifra det de produserte, om det var ull, bomull, lær eller andre type tekstil.



Figur 1, basert på figuren fra *Z politycznym fasonem. Moda młodzieżowa w PRL i NRD* (I politisk fasong. Ungdomsmote i Folkerepublikken Polen og DDR) av Anna Pelka. Side 87.

De forskjellige institusjonene under Departementet for lett industri hadde som et formål å koordinere aktiviteter knyttet til motedesign (Pelka, 2013: 86). Foreninger, som var direkte underlagt Instituttet for industriell design, var heller ikke opptatt av tekniske sider av produksjonen, men var *byråkratiske enheter ansvarlige for koordinering av aktiviteter rettet mot produksjon av klær og tilbehør* (Pelka, 2013: 87). I praksis betydde det, at de koordinerte arbeid til sentrallaboratorier, som også var delt ut ifra de forskjellige industriene som ullindustri, bomullsindustri, silkeindustri, osv. De forskjellige laboratoriene hadde som formål å skape retningslinjer, basert på generelle retningslinjer fra sentralkontoret for design og lett industri. De fleste institusjonene var opptatt av å forberede informasjon og retningslinjer til andre institusjoner som var lagt under dem. I praksis betydde det at det som tok mest tid var byråkrati og videre formidling av informasjon og ikke produksjon.

Problemet var ikke kun strukturer på nasjonalt nivå presentert på skjema, men også strukturer i fabrikkene. I motespalter i *“Przekrój”*, kommenterte Hoff disse strukturene. I utgave 31 fra 1974 skrev Hoff om at det var fabrikkenes direktør, som var hovedfiguren som tok avgjørelser. Problemet var at han hadde ikke de nødvendige forkunnskapene for å være i stand til å ta disse avgjørelsene. Etter direktøren fantes det mange personer, som var ansvarlige for innkjøp av tekstil og andre elementer nødvendige til produksjonen, og mennesker ansvarlige for den tekniske siden av produksjonen. Designere, som hadde mest kunnskap hadde ikke mest ansvar. Hoff skrev om at designere kjempet for konseptene sine, men ble ofte ikke hørt på. Det peker på at det var feil mennesker som hadde mest ansvar, men også at ansvar var ikke fordelt i forhold til kunnskap og kompetanse, ettersom i mote, som i mange andre felt i perioden, var de som ble ansatt i maktposisjoner valgt ut basert på sin lojalitet mot partiet. Det peker også på rollen til designere, de som var ofte anonyme og jobbet for fabrikkene. Til tross for at de hadde mest kunnskap, var de ikke alltid i posisjon til å bestemme over noe. Designere som jeg skrev om i tidligere del, grunnet sin posisjon i feltet og at de var kjent ved navnene sine, hadde litt mer makt i hva de skapte. For eksempel i Hoff-samarbeidet med Junior, hadde hun ansvar for



kolleksjonen og bestemte over det som var skapt, men det krevdes også mye av hennes personlig tid og innsats, fordi hun selv var ansvarlig for logistikken.

Strukturelle problemer dreide seg ikke kun om produksjonen og alt byråkrati som fulgte med, men også om dårlig samarbeid mellom butikkene og produsentene. I utgave 31 fra 1974 skrev Hoff om motemessen i Poznan, og ved den anledningen, kommenterte hun noen utfordringer i bransjen. Hoff skrev at det hjalp ikke hvis fabrikkene produserte klær som butikkene ikke ville selge, for de var utdaterte. Hoff mente at det var fabrikkene og butikkene som burde sammen undersøke hva som manglet på markedet. Videre understreket Hoff at kundene ikke var inkludert i denne debatten og det resulterte i en virkelighet hvor det var produsert ting, som butikker ikke ville ta imot, på butikkene var det solgt ting som ingen vil kjøpe, kundenes behøver var ignorerte og alle var til slutt misfornøyde.

### **5.2.5 Produksjon**

Produksjonen er blant de viktigste delene av motefeltet, for uten produksjon, finnes det ingen produkt (Kawamura, 2005). Uten at det finnes et produkt, i det tilfellet klær, finnes det ingen mote. Kawamura deler produksjon i det symbolske, som er produksjon av mote, og materielle, som er produksjon av klær (Kwamura, 2005: 59) og i denne delen skal jeg fokusere mest på den materielle produksjonen, altså produksjonen av klær. For før et klesplagg kan bli fylt med mening og bli til et symbol, må den først bli fysisk produsert og bli et objekt.

Byråkratiske strukturer hadde stor innflytelse på produksjonen. Fabrikkene kunne kun introduserer to nye modeller til produksjon per kvartal, som ofte resulterte i at nye kolleksjoner ble lagd i deler og kom derfor til salgs gradvis. Det resulterte i at klær som allerede var forsinket og utdaterte, var enda mer utdaterte før de nådde markedet. Moteriktige klær var alltid forsinket og derfor måtte Departementet for lett industri finne løsninger for å bremse nye moter. Da mote for maksikjoler kom, passet det dårlig med Departementets planer. Maksikjoler krevde mye mer tekstil som var vanskelig å få taket i og fantes det fortsatt mange lagre med minikjoler som var produsert så sakte at de klarte ikke å komme i salg før de ble ute av moten. Derfor ble det sendt et spesielt brev fra departementet til alle motemagasiner med et forbud mot å promotere nye lengder inkludert maksilengden. Det stoppet ikke magasinene, som til tross for departementet,

gjorde sin jobb og rapporterte de nyeste trendene, inkludert maksilengde (Pelka, 2013). Det peker på en interessant mekanisme i motefeltet i Folkerepublikken Polen. Til tross for all innsats, med å drive motefeltet i sin egen, sosialistisk ånd, var den ikke like lett å kontrollere. Til tross for alle institusjoner, begrensinger og retningslinjer, fant motene alltid veien sin frem.

Retningslinjer var tidens slagord. Retningslinjer gjaldt ikke kun produksjon, kostnader og mønstre, men også størrelser. I 1976 Zdzislaw Kozakiewicz som var direktør i Junior avdeling av kjøpesentret Sentrum, om mønstrene for å lage klær i forskjellige størrelser: *Vi har veldig presise tekniske normer, men vi kan ikke bruke dem, ettersom de passer til ingen (...) Derfor bruker vi de franske normene. Ifølge polske normer finnes det 34 forskjellige størrelser, som passer ingen, mens ifølge de franske normene finnes det 6 størrelser som passer alle* (Kozakiewicz, Boćkowska, 2015: 115).

Det oppsummerer godt, hvordan det byråkratiske motefeltet fungerte. Det fantes mange institusjoner, som lagde forskjellige retningslinjer, til andre institusjoner, som skulle bearbeide dem og formidle videre, og til slutt, var disse retningslinjene, som flere institusjoner brukte tid og ressurser på, helt ubrukelige, ettersom de ikke tok hensyn til virkeligheten og i praksis fungerte ingen ting.

Selv om i mote i Folkerepublikken Polen det var mye viktigere hvordan ting så ut, enn hvordan de faktisk var, var ikke økonomien helt uvesentlig. Tross alt, mye av det som var produsert, var til salgs, og om det var i landet eller utlandet, måtte de ha et system for å beregne plaggets verdi. I 1963, beskrev journalist Wojeciech Kubicki produksjonen slik: *hver ny modell, plagg, som skulle masseproduseres måtte bli vurdert av en bransjekomiteé, som var utenfor fabrikkens som skulle vurdere hvor arbeidskrevende produktet var. Denne komiteen beregnet hvor mange minutter det trengtes for å sy et plagg. Slik arbeidskrav var definert i nanominutter. Hvis plagget skulle da masseproduseres, var nanominutter multiplisert med 12 grosz (cirka 24 øre) og fabrikkens fikk da vite hvor mye produksjonen av hvert plagg kostet. Hvis plagget som var designet skulle være en kort serie, altså få eksemplarer (representativ kolleksjon), var nanominutter multiplisert med dobbelt så mye* (Kubicki, Boćkowska, 2015: 99).

Begreper som nanominutter og andre mål for effektivitet, var karakteristiske for sosialistisk industri. I et sosialistisk land, var industrien og dens effektivitet på mange måter mål for landets suksess og dermed viste den kommunistiske ideologiens suksess. Derfor, for at flest

mulig kunne se det nasjonale gode som fabrikkene var, var de gjort om til turistattraksjoner. Ved å introdusere fabrikkene som turistattraksjonene ble det gitt ut en *Fabrikk Guide*, som introduserte de forskjellige fabrikkene i byen Łódź. I starten av dokumentet står det i informasjonen om hvem disse turene var dedikert til. Hovedmålgruppen var ungdommer som skulle *bli kjent med prestasjoner av den sosialistiske industrialisering i Folkerepublikken Polen*. Fra dokumentet kan man lære om at 50% av aktive mennesker på arbeidsmarkedet i Łódź var kvinner, som var det høyeste i landet. Det understrekes også at det er med tanke på disse kvinnene, at det utvikles ulike virksomheter innenfor arbeidstedet, som barnehager, legesenter, osv. Det at så mange kvinner jobbet der, var brukt som en del av propagandaen, og skulle vise til at tekstilindustri i Folkerepublikken Polen var likestilt. Men til tross for et stort antall kvinner som jobbet der, hadde de ikke like muligheter, som de utalte seg om i intervjuer i *“Stor Industri, Stor Stillhet”*. I intervjuene understreker arbeiderne, at mesteparten av tekstilarbeiderne var kvinner, men disse kvinnene hadde de laveste, og mest fysiske krevende stillingene og deres profesjonelle fremgang var veldig begrenset. I senere tid, altså etter systemtransformasjonen, resulterte i feminisering av urban fattigdom (Zysiak, 2020: 274).

Språket i *Fabrikk Guiden* er et perfekt eksempel på dagens propaganda, hvor prestasjoner til landet ble overdrevet, mens feil ble oversett. I guiden anbefales det også å besøke boligområder i nærheten som er symboler på store endringer. I guiden kan man lese om de enkelte fabrikkene, hva de produserte, hvordan de opererte. Man kan også lese om alle de heltene som jobbet der.

I guiden understrekes det ofte, hvor mye av produksjonen som gikk til eksport. Selv om mange av de fabrikkene var ganske moderne og produserte gode varer, gikk mesteparten av dem til eksport til både Vesten og land fra den østlige blokken samt Sovjetunionen. Det peker arbeiderne på som var intervjuet i boken *“Stor industri, stor stillhet”* og understreker, at mye av det som ble skapt, var skapt for eksport til utlandet. En av dem fortalte om klær som ble eksporterte til Tyskland, som deretter var solgt der av tyske bedrifter som deres egne og ikke som polske produkter. Selv om det var i stor grad eksport som resulterer i at det var vanskelig å kjøpe noe inn i landet, i *Fabrikk Guiden* beskrev de det som en av de store prestasjonene, der produksjonen i landet var så god, at andre land ville kjøpe fra oss. Dette peker på at fabrikkene og deres prestasjoner, var en stor del av det å bygge den kommunistiske suksesspropaganda.

Selv om det i teorien var mange fabrikker som var i stand til å produsere nok, og hadde både arbeiderne med stor erfaring og maskiner som var gode nok til å produsere gode klær, så var strukturer rundt produksjonen alt for byråkratiske, ofte ulogiske og kompliserte.

I de forskjellige fabrikkene, var prosessen med å skape klær lik. I et utdrag fra magasinet “*Dookola Swiata*” fra 1975 forklarte Butrym denne prosessen på en følgende måte: *Alt startet med en idé, som designere enten fant på selv, eller kopierte fra utenlandske magasiner. Etter at designet var ferdig utarbeidet skulle den videre til en spesiell ekspertkomité hos forent klesindustri, hvor den skulle bli vurdert. Ettersom prosjektet var godkjent, måtte produsenten begynne med å lage utprøvinger. Disse utprøvinger skulle videre, ikke til butikker, men til klesmesse. Problemet med disse klesmessene, som skulle presentere alt nytt som var skapt i klesindustrien, var at klær var sortert utfra farger, og ikke produsenter, som resulterte i kaos, ettersom det ikke var tydelig hvem som lagde hva. Andre problemet var at de som samlet seg på disse klesmessene, tok ting med ro. De drakk kaffe (eller alkohol), gikk rundt, pratet, noen ganger signerte noen kontrakter, men alt foregikk i en atmosfære av en privat sammenkomst og ikke en profesjonell bransjesamling* (Butrym, Pelka, 2013: 370). Disse messene og deres rolige atmosfære med fokus på det sosiale og ikke det profesjonelle, viser til at i kommunistiske tiden, jobb og jobbsamlinger handlet ikke bare om å jobbe. Det sosiale var en stor del av fabrikker og arbeidslivet, der det å skille mellom det private og det profesjonelle var veldig usynlig. Livet av mange som jobbet for disse fabrikkene var strukturert rundt dem. Som man kan lese i tidligere nevnt *Fabrikk Guide* fra Łódź fra 1971, hadde mange av de store fabrikkene egne feriesteder, legesenter, barnehager, noen ganger også kultursteder som biblioteker, kinoer eller forskjellige hobbyklubber.

Fabrikker handlet ikke bare om produksjonen og produktene de lagde, men også om mennesker som jobbet der. Derfor i denne delen vil jeg også se nærmere på intervjuer med kvinner som jobbet i tekstilfabrikkene i Łódź, som var inkludert i boken “*Stor industri, Stor stilhet*”. I introduksjonen til intervjuene skriver forfatteren, at mange kvinner ville ikke snakke, ettersom de mente det var bedre å intervju de som var direktører eller ledere på denne tiden, som allerede peker på at de ikke følte seg relevante, de følte at de, som var kun arbeidere, ikke hadde så mye verdifullt å bidra med.

Det som man kan se allerede ved første blick, var store kontraster i måten de beskrev sin jobb. “*Jobb var lett, og medarbeiderne var hjelpsomme. Folk var mistenksomme overfor hverandre. Vi manglet alt. Vi fikk både ferie og melk levert til dørene.*” (Zysiak, 2020: 229). Det

finnes ikke en fast konklusjon i disse intervjuene, men alle de opplevelsene, for forskjellige arbeiderne var unike. Men det som er interessant, er at det ikke var små variasjoner, men store kontraster i det hvordan de opplevde sin jobb og arbeidsmiljøet.

Hvordan de forskjellige arbeiderne begynte å jobbe på tekstilfabrikker varierte mye. Det var både damer som flyttet fra mindre byer, som fikk jobb gjennom noen de kjente som allerede jobbet der, men det fantes også kvinner som var tredje generasjon i familien som jobbet for tekstilindustrien. Det var både kvinner som gikk til tekstilteknisk skole, og til de som lærte seg alt i det de begynte å jobbe på fabrikken. (Zysiak, 2020: 232)

Det som repeterer seg i mange intervjuene var hvordan de opplevde bråk i produksjonshallen. De fleste som var intervjuet, fortalte om de forskjellige maskinene og ubehagelige lyder de skapte. De fleste fortalte også om at det var mye støv og at på grunn av både støv og bråk, var jobben veldig krevende. Mange av arbeiderne peker også på vanskelige arbeidsforhold grunnet temperatur i hallen, hvor det var kaldt om vinteren, mens om sommeren det var så varmt at det var nesten umulig å jobbe. En av arbeiderne kommenterte i at det å kalle tekstilindustri for lett industri er en form for vits, ettersom det var veldig fysisk krevende og tung jobb (Zysiak, 2020: 236).

Til tross for at jobben var tung, var det mye sosial hjelp. Arbeiderne tjente lite, men fikk en del andre goder. Mange av arbeiderne fortalte om ferie både for dem og for barna, om at både gass og strøm var billig og at det var mange sosiale sammenkomster arrangert av arbeidsplassen. De fikk dekket helseutgifter, fikk gaver til jul og påske, noen ganger hjalp arbeidsplasser også med å skaffe leilighet, som i denne perioden var veldig problematisk, ettersom det var fortsatt ikke nok leiligheter, og alle måtte vente lenge for å kunne få en leilighet (Zysiak, 2020: 249, 250, 251).

Det viser at til tross for at jobben var tung og fysisk krevende, satte mange pris på det sosiale som fabrikkene tilbød. Etter å ha lest intervjuer, kan man se veldig tydelig at arbeidsplassene tok vare på sine arbeidere. Livet til de arbeiderne var knyttet til arbeidsplasser på flere måter, enn bare jobb. Grenser mellom det private og det profesjonelle var ikke tydelige, ettersom livet var strukturert rundt jobb og dermed mye av det private og det sosiale var strukturert rundt arbeidstedene. Mange av arbeiderne i sine intervjuer understrekte sin tilknytting til arbeidsteder. De fortalte om familieatmosfære på jobb, og hvor viktige var de vennskapene

som de fikk gjennom jobben. De anerkjente, at tidene var vanskelige og jobben var tung, men fra nåtidsperspektivet, innrømmet mange av arbeiderne at det var mye mer stabilitet, ettersom ingen var redd for å miste jobben sin.

Mange av arbeiderne peker på at de jobbet i et akkordsystem, som betydde at de ikke fikk betalt for timene, men for hver ting som ble produsert. Som resulterte i at det var lønnsomt for arbeiderne å produsere mye (Zysiak, 2020: 265). Det er interessant med tanke på at en av hovedproblemene i landet var at det ikke ble produsert nok.

Noen av arbeiderne snakket med stolthet om hvor moderne fabrikkene var. En av arbeiderne utalte seg om at de hadde det mest moderne etterbehandlingsverksted i Europa. Mange snakket også med stolthet om kvaliteten på de produserte varene. En av arbeiderne snakket om flanelltekstil som de produserte og kommenterte at den var ikke samme som den som var produsert i Kina. Hun understreket at i deres fabrikk, gikk tekstilen under mange forskjellige tester i deres eget laboratorium, der de testet om de krymper seg, hvordan tekstilen tålte vann og om den var holdbar (Zysiak, 2020:266). Der igjen ser vi en stor kontrast mellom hvordan de som produserte så virkeligheten og eget arbeid, og det hvordan de som kjøpte klær opplevde det, ettersom 70-tallet var en periode, som var mest kjent for rekordproduksjon av *bubel*, altså produkter av dårlig kvalitet (Pelka2020, 371). Slik det ble oppsummert i magasinet *Kvinne og Livet* (Kobieta i Życie): industrien gjør det de kan, butikkene tar det de får, kundene kjøper det som finnes (Pelka, 371). Sentralkontor for produktkvalitet i sin rapport fra 1978 skriver at det var kun 8 prosent av produserte sko som hadde godt kvalitetsstempel, mens resterende 92 prosent var under det som var standard, som resulterte i at mange ble veldig misfornøyde. I *Polsk Film Kronikk* fra 1973 (Kmilewe, 2012, 9:40) kan man også se en av de store problemer, som var reklamasjon. Mange varer var av dårlig kvalitet og derfor skjedde reklamasjon ofte. Ettersom det var et stort problem, ble kvaliteten en viktig diskusjonssak på fabrikkene. Det resulterte i endring i produksjonsrutiner, der alle skulle være ansvarlig for å sjekke kvalitet på hvert produksjonssted.

Den største utfordringen og tema som kommer tilbake både i motespalter fra 70-tallet og bøker skrevet om perioden, var sko. I 1973 sa teknisk direktør i forent lærindustrien at 90 prosent av sko som kommer til salgs er modeller som er ikke likt av kunder (Boćkowska, 2015: 114). De som var fine, var det ikke nok av. I 1973 presenterte skofabrikk mange fine, nye modeller, men

problemet var produksjon. Fabrikkene var i stand til å produsere 10 000 par sko, som var alt for lite i et samfunn med 33 millioner (Bockowska, 2015).

Mange fabrikker hadde både erfarte arbeiderne og gode, moderne maskiner, men det var også en del, som måtte moderniseres, og det var, som alt i det byråkratiske systemet, komplisert. En av informantene, som jobbet for Tekstil Institutt, snakket om hvor vanskelig og krevende modernisering i fabrikkene var, ettersom man kunne ikke gå direkte til fabrikkens direktør og de som jobbet der, men man måtte sende en søknad til foreningen, som måtte godkjenne det først og da først kunne man snakke med fabrikkens direktør (Zysiak, 2020: 270).

I et sosialistisk land, dominert av den kommunistiske ideologien, var alt politisk, ettersom det å engasjere seg i politikken, å være et medlem i Arbeiderpartiet ga muligheter og gjorde livet mye enklere. Men i intervjuene med arbeiderne fra *“Stor industri, Stor stilhet”* finnes det flere påstander der arbeiderne understrekte at de ikke hørte til Partiet. Grunnen til det kan være, at etter transformasjon i 1989, det å innrømme at personen var medlem i Arbeiderpartiet var sett som veldig negativt. Derfor prøvde mange av de som tidligere var medlemmer, å skjule det, og de som ikke var det, kunne endelig snakke om det med stolthet.

### **5.2.6 Magasiner og reklame**

Mote- og livsstilsmagasiner var en stor del av den polske hverdagen. Polske magasiner kunne man kjøpe i kioskjeden RUCH eller lese på biblioteker. Perioden 1952 -1957 var, ifølge Kuczynska, viktig for demokratisering av motepressen. Kuczynska definerte magasiners rolle som en del av utforming av kultur og samfunn (Kuczynska 1977). Magasinene skulle hjelpe befolkning i å finne sin plass i det nye moderne samfunnet. Magasinene hadde sine lesere blant både de rike, men også middelklasse og arbeiderklasse. De hadde veldig stor innflytelse og var spesielt viktig for den delen av befolkningen som flyttet fra landet til byer og trengte å lære seg samfunnsregler som gjaldt i disse byene. Gjennom magasiner kunne de lære mer om hvordan de skulle kle seg, leve eller oppdra barn. Derfor var disse magasinene ikke kun viktige i forhold til mote som et fenomen, men de spilte også en stor rolle i utviklingen av det nye samfunnet etter krigen.

Utforming av nye, moderne kvinner var en stor del av utforming av det nye, moderne samfunnet. I det kvinners samfunnsrolle endret seg, altså at de ikke bare var husmødrene, eller salongdamer, men deltok både i arbeids- og sosiallivet, måtte magasinene tilpasse sitt innhold til det moderne kvinner trengte. Magasiner lanserte ikke kun og introduserte nye moter, men ga også råd i det hvordan man kunne lage de plagene selv. Disse rådene kunne man finne blant annet i motespalter fra *“Przekrój”*.

Kuczynska i boken *“Mote i epokens rytme”* skrev om det som kvinner forventet av magasinene. Hun skrev at de fleste, selv om likte å se opp til alle disse stjernene og kjendisene, ville heller se ekte kvinner, som de kunne identifisere seg med (Kuczynska, 1977). Samtidig, understrekte Kuczynska, at magasiner skulle ikke bare være en form for formidling av informasjon og nye tendenser, med de skulle også inspirere og vekke aspirasjoner hos leseren. Derfor var magasinets rolle en blanding av det kvinner forventet, altså andre, relaterbare kvinner, og kvinner, som skulle inspirere.

Magasinet som hadde størst innflytelse på befolkningen var, følge Kuczynska *“Przekrój”*. Hun skrev at *“Przekrój”* hadde en fast side, som hver uke var dedikert til mote. Kuczynska pekte på at det var dette magasinet, som hadde størst innflytelse, når det gjaldet introduksjon av de globale tendensene i mote til det polske samfunnet. *“Przekrój”* var samtidig et vindu til den vestlige verden samt deres mote og livstil, men ga også råd om hvordan disse tendensene kan adapteres i det kommunistiske landskapet.

Motemagasiner var ikke kun formidling og råd, men også et salgsmiddel. Reklamer var en stor del av magasinene, men mange av dem var problematiske, ettersom det var vanskelig å reklamere for varer, som kom aldri til salgs. Et eksempel på et magasin som kun fokuserte seg på reklame varet et polsk magasin, som kom på 70-tallet, som het *Reklame* og handlet om hvor viktig det er å reklamere for polske produkter i utlandet. Der, på lik linje med eksport i produksjon, ser vi, at det å eksportere varer var mye viktigere, enn å tilby nok varer til befolkningen i landet. På 70-tallet ble det lagt mange varer for eksport og derfor ble reklame til en politisk prioritet for å spre informasjon om polske produkter til utlandet (Pelka, 2013: 354). Reklame var veldig problematisk i et land, hvor det var stadig mangel på produkter. Det resulterte i et fenomen som Pelka kaller for reklame paradokset (Pelka, 2013: 354). Dette paradokset i praksis betydde at man skulle reklamere for et produkt, uten å vise produktet. Det



handlet mer om merket og bedriften enn et bestemt produkt eller tjeneste. For man kunne ikke vise produktet, som ikke har utviklet seg i de siste 10 årene.

Til tross for at det fantes mange mote- og livsstilsmagasiner i Polen, var det fortsatt de utenlandske, som var mest ønsket av befolkning. Designer Magda Druri husker tilbake på 70-tallet og det hvor langt liv de forskjellige utenlandske magasinene levde, etter at man først fikk tak i dem (Boćkowska, 2015). I fabrikk hun jobbet for, var det først direktøren samt sin familie som fikk lov å se på den, etterpå var det designavdelingen som består av flere designere, som skulle analysere magasinene nøye.

### 5.2.7 Salg og forbruk

Det siste aspektet som jeg vil se nærmere på i mote som institusjon er forbruk. Slik Kawamura skrev: *uten forbruk, finnes ikke det kulturelle produktet av mote* (Kawamura, 2005: 89). Til tross for at de forskjellige teoretikerne (Sombart, Blumer, Bourdieu, Kawamura) definerer rollen til motens forbruker annerledes, så er det ingen tvil om at de er en viktig del av motefeltet.

På 70-tallet, med en ny regjering med Edward Gierek som partienes første sekretær, kom det også ny forbrukspolitik. Gierek promoterte en ny samfunnsmodell, som han kalte for *Ny Polen*. I praksis betydde det, at Folkerepublikken Polen hadde fortsatt samme sosialistiske idealer og verdier, men det var mer akseptert for adopsjon av vestlige innflytelser når det gjaldt forbruk, klær, kultur og livstil. Dette resulterte i at forbruk av varer ikke var sett som negativt lenger, og samfunnet oppmuntret til å kjøpe. (Jaworska, 2019). Gjennomsnittlig lønn har økt fra 2000 pln i 1970 til 4000 pln i 1975 (Jaworska, 2019). Lønnsøkning samt frysing av priser på matvarer resulterte i at samfunnet hadde endelig råd til å kjøpe noe mer enn grunnleggende artikler.

Det nye forbruket i Folkepublikken Polen ble kaldt for *sockonsumerisme*, med andre ord, sosialistisk forbruk. Begrepet *sockonsumerisme* var ikke i offisielt bruk på 70-tallet mens fenomenet oppsto, men begynte å bli brukt i nyere tider. Grunnen at den ikke var i bruk da, var begrepet ironiske karakter som ikke passet inn med den gjeldende ideologien (Jaworska, 2019). Det som var forskjellen mellom den kommunistiske utgaven av forbruk og forbruk i et

kapitalistisk land, var at sockonsumerisme stilte en betingelse. Denne nye form for livsstill og underholdning var kun godkjent av myndighetene da de fikk sosial støtte i tilbakebetaling. Dette utbytte mellom samfunnet og myndighetene var beskrevet med et ordtakt *Hvis munnen er full, hold munnen lukket* (Nyczek, 2008: 69; Jaworska, 2019: 50).

Forbruk i Folkerepublikken Polen var vilkårlig. Gjennom å gi samfunnet forbruk, forventet Gierek og få tilbake politisk støtte. Jacek Kuron i sin bok *PRL dla początkujących* (Folkerepublikken Polen for nybegynnere) skrev at *Gierek kjøpte den polske befolkning*. (Janas, 2019: 78). Videre sa han at *det var nesten hele samfunnet, som på denne tiden aksepterte regjering og samfunnsorden* (Janas, 2019: 78). Janas konkluderte dette sitatet i *at dersom det gjaldt klær, kjøpte Gierek samfunnet ganske billig* (Janas, 2019: 78).

Det å tilfredsstille materielle ambisjoner var en form for å kjøpe seg politisk støtte. Etter den brutale slutten på 60-tallet, kunne ikke den nye regjering ta i bruk voldelige metoder for å overbevise samfunnet, de kunne heller ikke tilby demokrati, som var så godt ønsket i landet. Derfor det å gi til samfunnet nye drømmer, og nye aspirasjoner i form av å kjøpe materielle goder, var en løsning som myndighetene valgte. Fremover var en ny rettighet som samfunnet fikk, rettighet til å ønske å ha.

*Forbrukerkunst* er et kunstverk av Natalia Lach-Lachowicz som fanger veldig godt den surrealistiske verdenen i Østblokken (Jaworska, 2019). Verket er en bildeserie som presenterer en ung, blond kvinne, som spiser en banan. Kunstverket er skapt i 1974, og dermed referer til 70-tallet, tiden da styret i landet tok en vending mot forbruk. Med utgangspunktet i tittel og det som er på selvet bildene, kan man tenke på forbruk og de overseksualiserte reklamene i den vestlige kulturen. En jente, selv om ikke gjør noen seksuelle hendelser, kan vekke disse assosiasjoner. Men i Folkerepublikken Polen var ikke noe forbrukskultur enda og banan var ikke et objekt som vekket seksuelle assosiasjoner, men heller vekket frustrasjon. Det som var frustrerende, var at bananer som regel kun var tilgjengelige før jul. Det var ikke det erotiske og sensuelle i de bildene som fikk oppmerksomhet av det polske befolkningen, men selvet banan, som et symbol på det, man ikke kunne ha.



[Natalia \(Natalia LL\) Lach-Lachowicz, Sztuka konsumpcyjna Faza – XI, 1974 fra zasoby.msl.org.pl/arts/view/11,](https://zasoby.msl.org.pl/arts/view/11)  
13.04.2023

Klær var et viktig forbruksobjekt og er objekt av en stor verdi. I kulturen hvor det var vanskelig å få tak i de mest ønskelige plaggene, var det ikke den økonomiske verdien av tingene, men den symbolske verdien som sto sentralt. I intervjuet (Janas, 2020) fortalte Kwasniewska en historie, da hun var på tur, og en russisk jente kom bort til henne for å bytte sin gule ring med brilliant mot hennes jeansbukser. Det var uaktuelt for Kwaśniewska. Selv om ringen muligens kostet mye mer enn jeans, hadde jeans på denne tiden mye større verdi. Dette peker på hvor viktig klærne var, spesielt jeansbukser.

I Folkerepublikken Polen fantes det flere måter å få tak i klær. Salg av klær, på samme måte som produksjon, hadde kompliserte nasjonale strukturer. Der fantes det også departementer, fagforeninger, hovedkvarter, samvirkeforetak, bestillingssystem, osv. (Boćkowska, 2015: 86). Det fantes statlige butikker, loppemarkeder kaldt for basarer og butikker med utenlandske varer hvor man måtte betale med utenlandsk valuta, kalt for Peweks (innenlandsk eksportselskap). Etersom i butikkene var det ikke like mye lett å kjøpe klær i riktig fasong, farge eller størrelse, benyttet mange seg av tjenester fra skreddere, eller sydde plagg selv.

Grunnet stor inflasjon i landet, tillot Gieriek mye mer av de private initiativene. Det resulterte i at det var flere private butikker som ofte var dedikerte til en litt yngre kundegruppe. De private butikkene var dyre enn de statlige, men det var prisen for å få tak i mer moteriktige klær.

De fleste som snakker om det å kjøpe, både i *Polsk Filmkronikk* og intervjuer i boken *“Jenter. Gatemote på 70 og 80-tallet.”* snakket på et tidspunkt om en kø, som de enten sto i, eller så. I en *Polsk Film Kronikk* fra 1976 (Kmilewe, 2012, 2:55) konkluderte oppleseren med at kø var en form for nasjonal refleks. Uansett hva som skjedde på et sted, oppsto det umiddelbart en kø. Mange visste ikke lenger hva slags køer de sto i og hvorfor, men så alltid det som en mulighet å få tak i noe, uansett hva det skulle bli.

Blant de statlige butikkene var det flere kjeder, blant annet kjøpesentret Sentrum i Warszawa. Kjøpesentret Sentrum var en slags eksperiment i den sosialistiske økonomien. De var ikke lagt under noen foreninger, de samarbeidet direkte med fabrikkene uten mellommann i form av samarbeidende internhandelsbedrift. Hele idéen med kjøpesentrene var å begrense privat initiativ. Kjøpesentret Sentrum var popularisert av motedesigner og journalist Barbara Hoff og var spesielt kjent for hennes avdeling Hoffland. Grunnet måten Hoff designet på, der hun selv tok mye ansvar for logistikken, og det at Sentrum var ikke lagt under noen foreninger, var produksjonsprosessen mindre byråkratisk og dermed mer effektiv. Allikevel kunne de ikke kompensere for resten av industrien, og det de lagde klarte ikke å dekke behovet. I intervjuer utført av Janas (2020) nevnte flere damer Hoffland og spesielt de lange køene utenfor butikken. Jolanta Kwasniewska (Janas, 2020) snakket om de lange køene til Hoffland og om hvor lite det var igjen da man har kommet frem i køen. Hun sa at det å handle klær, lignet mye mer på jakt enn handel.

Magasinet *“Dookoła Swiata”* rapporterte *“I kjøpesentret Sentrum kan en bli tråkket ned og kvalt (...). I andre kjøpesentrene er det mer rom. Det er riktig at klærne du leter etter heller ikke er der, men du kan ikke ha alle bekvemmeligheter på en gang* (Pelka, 2013: 361). En annen kjent butikk var butikken til fabrikkene Cora, som samarbeidet mye med designeren Grażyna Hase. Til tross for at de lagde moteriktige klær sammen, var mesteparten lagd for eksport og derfor heller ikke tilgjengelig for salg i disse butikkene. Det peker igjen på det performative aspektet ved polsk mote, der det å lage klær til representativt formål var viktigere, enn det å dekke det faktiske behovet i landet.

Basarer, som var en type loppemarked, var også en av hovedkildene for klær og mange andre produkter. Der var det stor utvalg og mindre køer enn i Hoffland, men allikevel var det masse mennesker som kom. Klær og sko som ble solgt der, var ofte av dårligere kvalitet, men det var i hvert fall større utvalg når det gjaldet størrelser. Boćkowska beskrev basarer på følgende måte *“det var steder, uansett hvor de var, var overfylte, stygge og litt skitne. Hvor litt overvektige salgsvinner kunne fort bli kvitt misfornøyde kunder. Hvor det ikke var noe sted, hvor man kunne prøve klærne, så mange menn den dagen i dag minner om de nakkene rumpene. Hvor det var mange tyver og ulovlige avtaler.*

Problemet med kvalitet og mangel på moteriktige klær resulterte i at eksportavslag ble til nye luksus varer. Siden polske fabrikker produserte veldig mye til eksport, var det å få tak i et eksportavslag eneste måte å eie disse kvalitets plaggene som ble produsert i Folkerepublikken Polen. Eksportavslag var varer som ble produsert for vestlige land, men ikke akseptert av dem, ettersom kvaliteten ikke var tilstrekkelig, eller at det var noen små produksjonsfeil. De varene som ikke ble akseptert ble da solgt i landet. Og alle ville kjøpe de varene, ettersom for de var polske standardene den kvaliteten man ikke kunne få tak i ellers.

Ettersom det i Folkerepublikken Polen, ikke fantes et stort utvalg av butikker og enda mindre utvalg av klær som fantes i de eksisterende butikkene, hadde konsumenter mye mer ansvar for å se moteriktig ut og ofte var nødt til å lage egne klær. Det å sy og redesigne klær var nevnt av flere damer intervjuet av Janas (2020). Kwaśniewska understreker hvor viktig det var med redesign av klær. Ettersom det var vanskelig å kjøpe noe, måtte man ofte ta saken i egne hender og tilpasse, farge og sy om på de plaggene man enten hadde fra før, arvet etter noen andre, eller fått kjøpt. Kwaśniewska, som mange andre på denne tiden, lærte seg å sy, for å kunne ha moteriktig klær. Det å sy klær var veldig vanlig og nesten nødvendig hvis man skulle ha moteriktig klær og det understreket også andre damer som deltok i Janas sine intervjuer (Janas, 2020). Bożena Walter, som jobbet i TV, fortalte at hun lærte seg og sy for å kunne lage egne klær. Rosati, som senere ble en motedesigner selv, var også blant de som lærte seg å sy veldig tidlig. Hun kjøpte tekstil hos Cepelia og lagde egne plagg, men også redesignet plaggene etter moren sin. Mariola Bojarska Ferenc var også blant de som var intervjuet av Janas (Janas 2020) og var blant de som understreket hvor viktig det var med redesign av klær. Hun fortalte om en av hennes første prosjekter var redesign av jeans. Ferenc husket at det var vanlig å prøve å

lage kopier av klær man så på forskjellige musikere. Derfor i Folkerepublikken Polen var motens forbrukere ikke kun forbrukere, men ofte var de også egne designere og klesprodusenter. Det påvirket feltets dynamikk, ettersom mote utviklet seg ikke kun oven ifra, men også på forbrukeres egen initiativ som resulterte i *trickle up* effekt.

Grunnet at det var så vanskelig å få tak i moteriktige klær hadde de mye lengere forbruks tid. Klær hadde en stor verdi, så da man endelig hadde et plagg som var bra brukte man det lenge og etterpå ga den til noen andre som søsken, familiemedlemmer eller venner. Derfor hadde klesplagg mye lengere forbrukstid.

Maktdynamikken endret seg også mellom produsentene og forbrukere. Kuczynska (1977) skrev hvor viktige kundene var. Det var dem og deres preferanser som sto sentralt i det som skulle skapes. De som designer hadde en viktig posisjon, men de kunne ikke designe uten å ha analysert det som skjedde på gatene og det som folk ville ha. Kuczynska skrev at hvis produktet ikke kom fra samfunnets behov, var industrien ikke i stand til å presse det på dem (Kuczynska, 1977). I en utgave fra 1977 skriver Hoff om rollen til forbrukere i motefeltet. Denne nye rollen hang sammen med endringer i maktfordeling i motefeltet, hvor det ikke var store motehus som bestemte over hva som mote var. Hoff peket på at mange tendenser i mote oppsto mer organisk og kom fra samfunnsbehov og livsstil. Det var det som folk hadde lyst å ha på seg som ble til mote og ikke det som ble bestemt oven ifra. På denne måten var det konsumentene som fikk mer makt og mote ble til et *trickle up* fenomen, der konsumentene påvirket i hvilken retning mote utviklet seg. Eksempel på denne endringer kan man se i en video fra Polsk Film Kronikk fra 1978 (Kmilewe, 2012, 6:50) der det vises et utsnitt fra motevisning til Cora fabrikk. På motevisningen presenterte de maskulin mote for kvinner, som på denne tiden ikke sjokkerte lenger, ettersom den var populær i noen år. Det som var en nyhet på denne tiden var hatter (bereter, luer). Denne nyheten hadde ikke handelsmenn troen på og derfor bestilte de ikke produksjon av den i fabrikkene. Til tross for det, ble den nye tendensen veldig populær på gatene i Warszawa. Det peker på at ofte de, som bestemte over hva som skulle bestilles for å deretter selge i butikkene, brukte ikke tid til å analysere kundenes preferanser. Til tross for det, var det til slutt samfunnet som bestemte over hva som ble til nye moter.

Motens forbrukere hadde ikke direkte innflytelse på det som var produsert i landet, ettersom det å skape klær var en stor byråkratisk maskin med hovedfokus på eksport. Men til

tross for lite innflytelse på institusjonene, hadde forbrukerne fortsatt stor innflytelse på mote som et fenomen. Selv om de ofte måtte skape de moteriktige plaggene selv gjennom å sy eller å benytte av skreddertjenester, hadde de påvirkning på hvordan mote på gaten så ut. Og til slutt, var det, det som samfunnet vil ha på seg som ble til moten. For mote er ikke kun et oven ifra fenomen. Mote kan ha innflytelser oven ifra, ettersom samfunnet kan følge etter en tendens promotert av motedesignere eller motehus, men til slutt er det opp til det samfunnet å akseptere tendenser som blir til en mote.

### **5.3 Mote som språk**

Motemagasiner transformerer mote til et narrativt fenomen og endrer motens sosiologiske betydning (Barthes, 1990). Med utgangspunktet i semiologi, ser jeg på mote som system og på klær som tegn innenfor systemet, for å kunne forstå det symbolske og meningsfulle ved mote og klær. I analysen, brukes en motespalte fra *“Przekrój”* skrevet av Barbara Hoff fra årene 1970 – 1979. *“Przekrój”* var et samfunns og kulturmagasinet, gitt ut ukentlig. Hver utgave inneholdt en motespalte, som resulterte i at i løpet av de analyserte 10 årene var det nesten 500 sider, fylt med klær og mote fra 70-tallet.

Barthes skrev at mote er et språk av binær natur, som består av språk i form av klær og metaspråk i form av litteratur om klær (Barthes, 2013). I denne delen er det metaspråket som står sentralt. Gjennom å se på de forskjellige motespaltene i en tiårs periode, ser jeg på hvordan mote endret seg og dermed hvordan motesystemet endret seg. Målet med denne delen er ikke en nøye beskrivelse av de forskjellige motetendenser som gjaldt på 70-tallet, men å bruke de tendensene og de enkelte plaggene som eksempler for å forstå hvordan klær kan fungere som tegn og hvordan mote kan fungere som et system.

I det å analysere motemagasiner er det den språklige virkeligheten man analyserer, som kan skille seg fra den faktiske virkeligheten. Moteuniverset i motemagasiner, er ofte et utvalg av de viktigste plaggene, tendensene som enten allerede er mote, eller som kommer til å bli den. Derfor gjennom å analysere magasiner, er det ikke sikkert, at man blir kjent med den faktiske moten, som var på gater og som var akseptert av samfunnet, men heller med forslag som er presentert for dette samfunnet.

### 5.3.1 Enkelte plagg: tegn i endring

Hvis mote er et system, et språk, må den bestå av ord, altså tegn. Moten består av enkelte klesplagg og derfor i denne delen skal jeg se på et utvalg av plagg i perioden 1970-1979 for å forstå hvordan de enkelte plaggene skaper mening og hvordan de plaggene og deres mening endrer seg med tid. Ettersom mote er et dynamisk fenomen i stadig endring, er motens tegn og deres symbolikk også i endring. Dette betyr at enten funksjon, eller betydning av de enkelte tegn kan endres over tid.

#### Bukser

Bukser er blant de plaggene, som trekker min oppmerksomhet i lesing av motespalter i “*Przekrój*”. Bukser, som et tegn gikk gjennom både estetiske endringer, men også endringer når det gjaldt deres funksjon og semiotisk innhold.

Bukser brukt av damer var ikke alltid en sosial norm. Fortsatt på 60-tallet var buksene for kvinner en kontroversiell sak, men på 70-tallet var de blant de mest brukte og mest populære plaggene. Det er interessant i forhold til endring i kvinnerollen i samfunnet på denne tiden. Bukser som før var kjent som et maskulint plagg, ble på 70-tallet blant de mest brukte plaggene blant kvinner, samtidig som 70-tallet var en periode da polarisering i forhold til kjønn var større enn før. 70-tallet samt 80-tallet, var perioden da likestilling på mange måter tok et steg tilbake, og det var kvinnens mer tradisjonelle rolle som var understreket. *Mens 1960-tallet var en periode med intensivt diskusjon om kvinnearbeid og et forsøk på å redefinere retningene for likestillingspolitikken etter slutten av kampanjen for «nye yrker» i stalinismen, brakte det neste tiåret et avgjort konservativt svar på kvinners rolle i det kommunistiske Polen* (Fidelis, 2020: 214).

I “*Przekrój*” på 70-tallet, bukser som en del av mote for kvinner, repeterte seg stadig. I utgave 32 fra 1971 skriver Hoff at bukser er for alle damer, uansett alder og i utgave 36 fra samme år, skriver hun at bukser er det plagget som dominerer i mote for kvinner. Buksene har gått fra å være et kontroversielt plagg, til å være en som dominerte kvinnelig mote. Det peker på den første viktige kjennetegn ved moten, som Hendrykowski skriver om (Hendrykowski, 2013). For at et plagg kan bli til mote, må den bli akseptert av samfunnet. Både på estetisk nivå, at



plagget er likt og dermed kjøpt og bruk, men også på samfunnsnivå. Derfor peker popularisering av bukser blant kvinner på 70-tallet på samfunnsendringer i forhold til kvinner. Til tross for at samfunnet på 70-tallet vendte seg mot mer tradisjonelle kvinneroller og definerte rollen som mor som viktigst, var kvinner fortsatt aktive i arbeidslivet og dermed hadde behov for plagg som var praktiske. Det viser til at i moten, det praktiske aspektet knyttet til livstil var også veldig viktig. Derfor ble bukser til et plagg, som representerte de moderne kvinnene, som både jobbet, gjorde husarbeidet og oppdratt barn.

Graden av sosial aksept har også innflytelse på plaggets betydning og dermed tegnets betydning. Siden bukser på 60-tallet fortsatt ikke var vanlige blant kvinner og ikke godtatt blant samfunnet, kommuniserte de en kvinne som var rebelsk, frigjort og mest sannsynlig ung, ettersom unge kvinner var mer åpne for tendenser som var nye. På 70-tallet mistet bukser denne betydningen, ettersom de ble godkjente av samfunnet og ble normalisert. Det var vanlig for kvinner å ha på seg bukser og dermed kommuniserte de en kvinne som jobbet, var aktivt, og moteriktig. Dette var ikke et rebelsk valg lenger, men et praktisk et. På denne måten, jo mer populære og aksepterte av samfunnet buksene var, jo mindre symbolsk verdi hadde de. Dermed jo mer en mote er sosialt godkjent, jo mindre er den kontroversiell og dermed mindre symbolsk og ideologisk.

I "The Fashion System" skrev Barthes at *mote ikke utvikler seg, men endrer seg med tid* (Barthes, 1990: 215). Når man ser på hvordan bukser endret seg mer årene, finnes det heller ingen lineær evolusjon. Utviklingen av plagget var ikke organisk, hvor tilpassede bukser begynte å bli gradvis større med årene. Mote kan både endre seg plutselig og det kan eksistere flere motsigende tendenser samtidig. I starten av 70-tallet var det viktig at buksene skulle være lange. Både tilpasset og vide bukser var i moten på det tidspunktet. I utgave 8 fra 1972 skriver Hoff at buksene skal først og fremst være vide og lange, som hun repeterte i flere utgaver fra dette året. I utgave 13 fra 1973 skriver Hoff om at tilpassede bukser er ikke lenger på moten og det er kun vide og rette bukser som gjelder. Det at buksene skal være bredere og lange skriver hun også i utgave 19 fra samme år. I 1976 kom det enda flere fasonger som eksisterte innen mote parallelt. Det fantes både vide og tilpassede bukser. Det fantes også bukser for damer som var inspirert av mannlige dressbukser. I 1977 oppsto det en mellomting, altså bukser som var vide i den øverste delen og gradvis mer tilpasset nedover og parallelt til denne tendensen, i utgave 7 fra 1977

skriver Hoff igjen om tilpassede bukser og en ny tendens i at buksene skal være kortere, slik at skoene vises. I utgave 8 fra 1977 skriver Hoff om nye, moteriktig bukser: ridebukser. Bare i løpet av et år kunne man observere flere motsigende tendenser. Hoff selv understreket, ved flere anledninger, at mengden av fasonger ikke betydde at alt var moteriktig, men at det fantes et utvalg innen mote. Dette peker på motens ulogiske natur. Ved første blick, mengde av tendenser antyder på at alt er moteriktig, som Hoff selv skriver, ikke er sant. Derfor kan vi konkludere i at til tross for den ulogiske naturen, mote har regler og koder, som virker uforståelig ved første blick. Mote er et relasjonsfenomen og dermed, de enkelte plaggene i en kontekst kan være moteriktig og samme plagg i en annen kontekst kan ikke være det. Derfor til tross for at alle disse modellene av bukser var i moten parallelt, var de det kun i bestemte sammenhenger, der en type bukse var moteriktig hvis man kledde seg i en bestemt stil, og sammen buske satt sammen med et annet plagg ikke nødvendigvis var på mote lenger. Dette betyr at mote ikke er kun enkelte, moteriktige plagg, men kjennskap til motens regler, og det hvordan man skal bruke de plaggene.

Barthes skrev at klær får mening gjennom opposisjoner (Barthes, 1990). Derfor er det viktig å se på hvordan buksene endret seg. Det at bukser var vide i en periode, er kun interessant, ettersom i en annen periode var en dominerende tendens at buksene var tilpasset. Bukser, som endret sin form, resulterte i, at i en periode, samme type bukser var en del av moten, mens i andre perioder var utenfor. Dette betyr at samme tegn i en periode kommuniserte en moteriktig person og i en annen periode en person som sto utenfor mote. Det betydde også at signifikat til en signifikant som var bukser, endret seg hver gang nye fasonger kommer til moten. Dette peker på at tegnets betydning er dynamisk og kan være kun midlertidig. Det viser også at selvet plagget, bukser, har i utgangspunktet ingen betydning og det er deres omstendigheter som kontekst, samfunn, eller identiteten til personen som bruker plagget, som fyller den med mening. Derfor samme plagg, som bukser, i et samfunn som er likestilt, kommer ikke til å ha like mye symbolsk betydning, som de kommer til å ha i et samfunn som ikke er likestilt.

Ettersom mote ikke er en lineær evolusjon, men endringer, som ikke alltid er regelmessig, kan den peke på både samfunns- og livsstilsendringer, men også på sin egen natur. Mote lever av endringer, av nyheter og derfor kan mote ikke bare endres, fordi den tilpasser seg til det nye, moderne samfunnet, men også endres den for sin egen skyld. I buksens tilfelle var vide bukser en

respons på et samfunn i endring, der kvinner trengte mer komfortable klær, som var både mote riktige og praktiske. Men ridebukser, lansert i 1977 var ikke en respons for kvinner som begynte å drive med riding, men det var et nytt konsept skapt for motens skyld. Mote er av en ulogisk natur, ettersom det finnes endringer, som ikke kan forklares, for mote både endres som en reaksjon på større endringer innen samfunnet, og endres som et tegn på en mulig endring i samfunnet i fremtiden, mens andre ganger endres den, fordi den har en dynamisk natur og lever av nyheter.

Til tross for ulogiske endringer, finnes det også de, som er en tydelig respons for en større tendens som gjaldt i perioden som for eksempel sportsstil, arbeidstøy eller klassisk mote. Tilpassede bukser var et resultat av rock and roll mote, vide bukser var et resultat av mote for klær inspirert av arbeidstøy, og maskuline dressbukser var resultatet av en klassisk stil som dominerte mot slutten av 70-tallet. Ettersom bukser som et plagg endret seg under påvirkning av større tendenser, er de også en materialisert form for samfunnsendringer. Større tendenser i mote viser til tidens estetikk, og gjennom endring av estetikken og ankomsten av nye tendenser, peker mote på endringer i samfunnet, livstil, væremåte, preferanser eller smak. Og dermed endring av buksenes form, som var ofte resultatet av disse tendensene, pekte på hvordan buksenes funksjon endret seg. For eksempel endring fra tilpassede bukser mot mer vide og komfortable fasonger pekte på en endring, der bukser ikke skulle bare være pynt, men også praktiske. Endring i buksenes form, fra mer tilpasset, som understrekte kroppens form, til de som var mer vide, kan peke på endring i bildet av kvinne og kvinnens seksualitet. Med endring i den generelle silhuetten, der klær ikke trengte å understreke og vise kroppen lenger, kan peke på endring i det hvordan kvinner var mindre seksualiserte. Samtidig kan det peke på hvordan forståelse av seksualiteten endret seg, spesielt blant de yngre generasjonene, der kvinner ikke hadde behov for å vise og understreke sin kropp, for å være attraktive. Grunnen til at jeg understreker at disse endringene gjaldt spesielt den yngre del av befolkning, var en spørreundersøkelse som jeg refererte tidligere i oppgaven, der menn på slutten av 60-tallet uttalte seg om kvinner i bukser, der de eldre understreket, at buksene tok fra dem gleden av å se på kvinnens bein, mens de yngre menn hadde ikke noe imot kvinner i bukser.

Med utvikling av ungdomskulturen, der kjønn spilte en mindre vesentlig rolle, ettersom mange klær var kjønnsnøytrale, unge mennesker oppfattet mote annerledes, enn eldre

generasjoner, som var mer konservative og opptatte av tydelige kjønnsfordeling både i samfunnet og moten. Derfor var bukser også oppfattet annerledes av ungdommer, som ikke hadde behov for å markere tydelig sitt kjønn med klærne, enn av eldre som ville beholdet gammel verdensorden. Til tross for at yngre generasjoner som var regel mer mottakelig for endring i mote og samfunnet, enn de som var eldre, er det ingen tvil om at mote er i stadig endring og kan være et varsel om endringer som kommer. Derfor mote, som et kollektivt fenomen, kan varsle enten ny smak, eller retningen for smakens utvikling. Bukser var en av de viktigste symboler for ny smak på 70-tallet. De var praktiske, moderne og ikke minst funksjonelle og i avslappet still. Den sist nevnte stilen var blant de dominerende tendensene i perioden og et aspekt ved utforming av en ny smak i samfunnet i perioden. Før var elegante, formelle klær sett som en god smak, men på 70-tallet med sportsstil som dominerende, ble gammeldags eleganse sett som et tegn på et ikke moderne menneske. Denne endringen resulterte i at det var ikke kun plagg og deres stil som endret seg, men også konteksten, altså stedene plagget ble brukt til. I starten av 70-tallet var buksene fortsatt mer hverdagslig antrekk som ble brukt til jobb, ferie, eller fritiden. Det endret seg gradvis mer årene og det begynte å bli vanligere å bruke bukser overalt. Både samfunnet og samfunnets livstil endret seg på 70-tallet.

### **Jeansbukser**

Blant de viktigste og mest dominerende bukser på 70-tallet, var jeansbukser. Jeans var i utgangspunktet arbeidstøy, men med utviklingen av ungdomskulturen ble jeansbukser overtatt av unge folk og ble til et symbol på frihet, anti-establishment og ungdommelighet. Jeansbukser var for unge mennesker en form for manifestering av deres identitet.

I Folkerepublikken Polen, var jeansbukser spesielt karakteristisk for generasjonen 68, altså generasjon av unge studenter som deltok i student streikene i 1968. På det tidspunktet var de en form for uniform, som tydet på deres politiske syn. Jeans var et uttrykk for et ønske om et demokratisk land, og et ønske til å være en del av vest Europa.

På 70-tallet begynte jeansbukser å bli veldig populære blant alle og dermed mistet sin politiske og symbolske verdi. I starten var jeans et klesplagg brukt av ungdommer. Etter hvert ble de også brukt av voksne som et fritids- og ferieantrekk. I løpet av 70-tallet ble jeans brukt av alle og overalt. Derfor på 70-tallet jeansbukser var ikke lenger et tegn på å høre til en bestemt

aldersgruppe, eller et uttrykk for et politisk syn, men et plagg, som var en del av mote, som ga større uttrykk for tidens smak og estetikk og mindre grad var referanse til en ideologi.

I utgave 33 fra 1977 skriver Hoff om kampen om jeans. Det var en kamp mellom generasjonene: ungdommer og voksne. Kampen handlet om hvem hadde rett til å bruke jeansbukser. Kamp mellom generasjonene er ofte en integrert del av moten, som Hednrykowski skriver om (Hendrykowski, 2013), der det nye kjemper mot det gamle, som driver mote frem. Men kampen om jeans er mer komplisert enn det, ettersom den ikke handlet om en ny tendens som var adoptert av de unge og misforstått av de eldre. Den handlet om rettigheter til et plagg. Hoff skriver at dagens ungdommer mener, at de første generasjonen som begynte å bruke jeans og behandler dem som sin eiendom. De mener at jeansbukser er kun for ungdommer, og derfor voksne i jeansbukser ser latterlig ut. Hoff forklarer videre, at jeansbukser var i starten brukt kun av ungdommer, men denne generasjonen har nå vokst og ikke sluttet å bruke jeansbukser. Dette var et resultat av fenomenet som startet som ungdomsmote og utviklet seg i et større konsept, hvor det handlet ikke bare om å være ung, men å kle seg, uansett alder, på en mer avslappet og uformell måte. Derfor på 70-taller var jeans mote ikke kun for ungdommer, men en dominerende tendens i mote generelt. Det kan tyde på endring i semiotisk innhold til jeansbukser, der først var et symbol på ungdommelighet, frihet og opprør, men etter hvert ble de til et hverdagslig plagg, som var sett ut ifra deres praktiske ferdigheter og ikke som symbolikk.

Jeans spredde seg til forskjellige målgrupper og forskjellige form. Som resultat av deres popularitet var det ikke kun en fasong, altså klassiske jeansbukser, men det ble mange forskjellige fasonger. Jeans ble også veldig populært som tekstil og derfor ble det laget både jakker, kjoler, skjorter og skjørt av den. Det resulterte i at ordet jeans ikke kun betydde bukser lenger, men refererte oftere til forskjellige klær laget av jeanstekstil. Derfor jo mer populær er plagget, jo mindre presis betydning har det. Når et plagg er populært, ble det laget i stadig nye former og utgaver, som resulterer i at plaggets betydning blir mindre begrenset og presist, og referer til en større kategori.

Jo fortere en mote sprer seg, og jo større den er, jo fortere er den ferdig. Det er et paradoks ved motefenomenet, at intensivitet og stor utvikling av en tendens fører fortere til dens slutt. Og det skjedde også med jeansmote. I utgave 49 fra 1977 konkluderer Hoff at jeansmote er ferdig. Det betydde ikke at man brukte ikke jeansbukser lenger, men at mote for alle forskjellige

fasonger av jeansbukser og alle andre plagg laget av jeans som tekstil var ute av motebildet. Jeansbukser i sin klassiske fasong var fortsatt en stor del av moten, men med en ny status som klassisk plagg, som eksisterte parallelt til endrede tendenser og sto utenfor mote.

Hendrykowski skrev om at mote ikke er en kort hendelse, men en prosess, hvor mote først må bli godtatt av flertallet for å deretter forsvinne (Hendrykowski, 2013) og det ser man veldig tydelig med moten for jeansbukser. Jeans forsvant aldri helt, men kom fra å være en ungdomsmote til et plagg for alle, fra å være en trend til å være en klassiker. Videre snakket Hendrykowski om endring i paradigme, der tegn endrer sin funksjon og mister sin betydning (Hendrykowski, 2013) og det kan vi igjen se i jeans som eksempel.

## Gensere

Et annet plagg som repeterer seg i alle de analyserte årene er genser. Grunnet utvikling av ungdomskulturen og utvikling av en mer avslappet og uformell stil ble gensere sammen med bukser til en form for uniform på 70-tallet.

Genser sammen med jeansbukser var en stil karakteristisk for ungdommer kaldt for generasjon 68' og selv om på 70-tallet, ble antrekket kommersialisert og dermed ikke alltid var et uttrykk for politiske synspunkter eller ideologi, kunne peke på politisk eller samfunns engasjement (Pelka, 2020: 265).

I motsetning til bukser, endret genserne seg ikke like mye når det gjaldet fasong og til tross for endring i detaljer, i de fleste utgavene i løpet av 70-tallet skriver Hoff at genserne var store. Derfor er gensere et interessant plagg å se på i forhold til tegn til endring, ettersom deres semiotiske innhold endret seg på en måte som var annerledes til hvordan buksene endret seg. Det var ikke selve gensere og deres form som påvirket endring i deres betydning, men konteksten og måter de var brukt på.

Gensere som et grunnleggende plagg for kvinner kommer tilbake i mange utgaver av "*Przekrój*" og er beskrevet på følgende måter. I utgave 1 fra 1970 skriver Hoff om at gensere skal være lange. I 1972 skriver Hoff om gensere som er kortere enn før, fortsatt store, men tilpasset i midje. I utgave 3 fra 1973 skriver Hoff om at gensere er blant de basisplaggene for

kvinner og brukes de overalt, uansett anledning. I utgave 42 fra 1974 skriver Hoff igjen om gensere og understreker at de skal være store, vide og absolutt ikke tilpasset. De store genserne kommer tilbake i flere motespalter fra dette året. Store, komfortable gensere kommer også tilbake i flere motespalter i både 1975 og 1976 og kommer regelmessig i denne formen frem til slutten av 70-tallet. Gensere endret seg ikke radikalt i løpet av 70-tallet og derfor var det ikke deres form, men deres funksjon som har større påvirkning på genseres betydning.

Det var det hvordan gensere skulle brukes, som påvirket dem mest på det semiologiske nivået. I utgave 18 fra 1973, skriver Hoff om at gensere brukes på en ny måte. I stedet for å ha dem på, skal man ha dem kastet over skuldrene. I det genseren var kastet over skuldrene, i stedet for å være på, ble den til et nytt tegn, med en ny funksjon, der det gamle tegnet fortsatt var synlig. Man kunne fortsatt se, at det var en genser, men dens funksjon var ikke å dekke over kroppen og varme den, men ble til et slags ornament som ga uttrykk for avslappethet. Genseren kastet over skuldrene samsvarte med denne større tendensen i moten der klær skulle være uformelle og avslappet.

Med genserens popularitet utvikles dens funksjon. I utgave 37 fra 1973 skriver Hoff om at gensere er veldig populære og de brukes både som en bluse i form av en lukket genser, og som en blazer i form en åpen kardigan. Dette peker på at gensere, avhengig av måten de er brukt på, kan erstatte andre plagg eller ta over deres funksjon. Derfor har en lukket genser en annen funksjon: funksjon av en bluse, enn en åpen genser som har funksjon av en cardigan. Dermed, samme genseren, avhengig av bruk, kan være to forskjellige tegn og det er måten genseren er brukt på, som bestemmer over hva den er og dermed hva den betyr.

I samme utgaven skriver Hoff at moteriktige gensere er som *“en pittoresk helg i naturen”* (Hoff, 1973). I det tilfellet, tegnet, altså en genser, kommuniserer ikke kun sine egenskaper, som varm, praktisk, komfortabel, men den kommuniserer en tur, et sted eller et tidspunkt. Den type beskrivelser av plagg i magasiner, som kan tyde på at plaggets signifikat ikke er nødvendigvis bare bildet av et plagg og den materielle genseren, men det kan også være et landskap eller et sted genseren brukes til. Det kan tyde på at plaggene ikke bare kommuniserer seg selv og deres funksjon, men kan også stå for større konsepter. Slik en signifikant, altså ordet sommerkjole ikke bare peker på signifikat som er et bilde av en sommerkjole, men også gjerne sommerlandskap, som for eksempel strand. Det gjør også denne genseren. Den tyder ikke kun på et strikkeplagg,

men også på en helg i natur, altså på både sted, situasjon og tid. Dette betyr ikke, at denne bestemte genseren, kun skal brukes i sammenheng med en helg ute i naturen, men den skal vekke disse assosiasjoner og sette brukeren i en tilstand. På denne måten kan et plagg være med på å skape en virkelighet rundt oss, ettersom den kan gjøre slik at vi føler oss, som om vi skulle dra på denne helgen ut i naturen.

Denne skapende funksjonen ved klær, var veldig viktig i det kommunistiske landet, der man hadde lite kontroll over virkeligheten rundt, ettersom den var styrt av den ikke-demokratiske staten. Gjennom klær, kunne man late som, om virkeligheten var annerledes. Gjennom for eksempel klær fra vestlige merker, eller som samsvarte med vestlige motetendenser, kunne man føle seg som om Folkerepublikken Polen var en del av Vest-Europa.

Det å sammenligne gensere med et sted var ikke eneste måten de ble beskrevet på. I utgave 38 skriver Hoff om at gensere som er på mote, er samme gensere som eldre damer som bor på landet, bruker i huset når det er kaldt. Det er de samme gensere som fiskere bruker når de fisker. I disse eksemplene, er gensere beskrevet ut ifra andre gensere som de ligner på. De moteriktige genserne, imiterer andre gensere, som ble skapt med tanke på deres praktiske aspekter. Til tross for at det kunne være de nøyaktige samme gensere, som ble brukt på landet eller av fiskere, hadde ikke autentisitet ikke så mye å si. I moten er de ikke de opprinnelige egenskapene, men de estetiske egenskapene som da står sentralt.

Kontekst, er også en viktig aspekt ved utforming av plaggets betydning, som er spesielt synlig i tilfellet gensere. Hoff skriver om gensere som ligner på arbeidernes gensere, som en del av større tendens som var mote inspirert av arbeidsklær. Samme genseren som er brukt av en arbeider, brukt i en by, får en ny kontekst og derfor en ny betydning. Denne genseren, selv om er enten den samme eller inspirert av de som var brukt av arbeidere, brukt av moteriktige damer mister sin konnotasjon til arbeidet og får konnotasjon til en bestemt mote, stil. Videre er det ikke bare kontekst, men også måten personen som bruker plagget, som påvirker dets betydning. Det er motens *parol*, altså aktiviteten av å ha på seg et bestemt plagg, som står sentralt og ikke kun *langue*, altså selvet plagget.

I starten av 70-tallet var gensere skrevet om hovedsakelig i magasiner fra høst og vinter. Med årene endret det seg og genseren ble til et plagg brukt i alle sesonger. Dette var heller ikke uten påvirkning plaggets semiologiske innhold. I det en genser er vist i magasiner for alle



sesonger, kommuniserer den ikke lenger en bestemt årstid. Gensere for sommer begynte først dukke opp i 1973, og var mer og mer til stedet i alle årstider utover andre halvparten av 70-tallet. Det resulterte i at gensere varslet ikke lenger om de kalde månedene. Det kan tyde på at jo mer universell plagget er, jo mindre mening bærer den. Jo mindre grenser det finnes i moten, jo mindre sikre kan vi være på at vi tolket plaggets betydning på en riktig måte, ettersom samme plagg kan ha flere betydninger. Dermed er det enda viktigere for å da lete etter ord som støtter deres betydninger, eller skaper kontekst for plagget.

### **Underskjorte og dagskjorte**

De siste plaggene som jeg valgte ut til å ta med i denne delen er underskjorte og det Hoff kaller for dagskjorte. Jeg valgte de to plaggene ettersom de viser til annerledes aspekt ved tegn i endring, enn bukser og gensere.

Butikkene var ofte tomme, og tilgang til moteriktige klær begrenset. Derfor måtte man finne alternative løsninger og være kreativ med plaggene man hadde, eller med dem som var lett tilgjengelige. Underskjorter og dagskjorter var blant de plaggene. Disse plaggene, var i utgangspunktet undertøy for menn, tilgjengelig i hvit farge og overraskende nok for denne perioden, var de lett tilgjengelige i butikker. Men for at de kunne brukes som vanlige skjorter, og ikke undertøy, krevde de noen små endringer.

I utgave 26 fra 1970 skriver Hoff om at underskjorter er en god løsning for sommeren og de er blant de få plaggene, som man kan faktisk få tak i på butikker, ettersom man kunne kjøpe dem i undertøyavdeling for menn. De som var tilgjengelig var i en hvit farge, mens de som var på mote var svarte, så Hoff anbefalte å farge dem selv. Gjennom å farge plagget, ble den transformert fra undertøy, til en vanlig overdel, som man kunne bruke selvstendig. For et tegn betyr det, at gjennom små endringer, som man innfører selv, som aktiviteten av å farge plagget, kan den bli transformert til et nytt tegn med en ny betydning. En underskjorte farget i svart kommuniserer ikke lenger mannlig undertøy, men en kvinnelig, moteriktig skjorte for sommeren.

De fleste systemene har en form for hierarki og klessystemet ikke er et unntak. Det finnes plagg, som kan defineres som høyere i hierarkiet, som jeg kaller her for selvstendige, som er plagg, som brukes utenfor huset og det offentlige rom, og plagg som er lavere i hierarkiet, som

brukes i det private, hjemmet, eller må de bli dekket over, for å bli brukt utenfor, som undertøy. Underskjorte og dagskjorte er eksemplene på plagg, som klatret seg opp i dette hierarkiet og ble fra undertøy, til vanlige, selvstendige klesplagg.

Når underskjorter ble populære, var man ikke lengre begrenset til de fra undertøyavdeling, ettersom de ble produsert også som vanlige plagg, nå laget i et annet stoff. I utgave 23 fra 1974 skriver Hoff om nye underskjorter, som er litt tjukkere enn de vanlige, ofte strikket av tynt garn. Så selv om underskjorter hadde sin opprinnelse i å være undertøy, med dets popularitet, ble den også produsert som en overdel for kvinner.

Dagskjorte var et plagg, som på samme måte som underskjorter, endret sin funksjon og dermed endret sin betydning. Dagskjorter var også en type undertøy, men for kvinner. Det var en tynn skjorte med tynne stropper, ofte laget i silke, med broderier rundt halsen. I 1978 skriver Hoff om at dagskjorter endrer sin funksjon og nå brukes som overdel. Før var det et plagg som var i bruk, men usynlig, ettersom den var brukt under andre overdeler. Men fra 1978 plagget ble brukt som en vanlig overdel og ble synliggjort.

Disse type endring i plaggets funksjon, kan peke på endringer i dynamikken mellom det offentlige og det private i et samfunn. Men i tilfelle av Folkerepublikken Polen, var både det offentlige og det private dominert av den kommunistiske ideologien og strukturert rundt den. Som et resultat var det ikke like tydelig skille mellom dem. Endring i plaggets funksjon er dermed mer et resultat av mote i endring, men også av nødvendighet. I det man hadde få plagg, og vanskelig tilgang på nye, måtte man finne alternative løsninger. I mote har man alltid behov for nye plagg og endring, men ettersom moteindustrien ikke alltid var i stand til å dekke dette behovet, måtte motens forbrukere finne andre løsninger. Derfor ble mange plagg, brukt stadig på nye måter, og dermed fikk nye betydninger i motesystemet.

### **Redesign av klær**

Ved siden av stadig nye måter å bruke de tilgjengelige plaggene på, var redesign av klær både vanlig og nødvendig i et land, der klær var mangelvare.

Det å redesigne klær er en interessant måte å gi et plagg nytt liv, men også interessant fra et språklig perspektiv. Siden klær er tegn, som har betydning, betyr det å endre klesplagget å endre tegnet og dermed endre tegnets betydning. På denne måten kan man innføre egne betydninger i plaggene, som kan være med på å utrykke ens identitet, livstil, preferanser eller synspunkter.

Det å redesigne klær var ikke kun et initiativ nedenfra, der forbrukere selv ville sy, men det var også noe som ofte var anbefalt i motemagasiner, altså foreslått ovenfra. I en utgave fra 1970, anbefaler Hoff å teste ut tie-dye. Tie dye er en måte å farge klær på, slik at man lager organiske mønstre, som var veldig karakteristiske for starten av 70-tallet. Hoff understreker at gjennom å lage flekk, mønstre på ensfarget bakgrunn, får man mulighet til å ha unike plagg og vise frem sin individualisme. På denne måten er man selv med på å skape plaggets betydning og legge sitt personlig preg på den. I det man farger plagget, er man med på å fylle det tegnet med sin egen mening, og ikke kun en mening som mote som et abstrakt konsept legger i et moteriktig plagg.

I utgave 27 fra 1971 skriver Hoff om mote for patchwork, som er et plagg sydd av forskjellige typer tekstil, som regel små kvadrater syd sammen. Hun understreker at det er også et plagg, som man kan lagge selv. På denne måten, kunne gamle pledd, dyner, eller gamle klær, bli til en ny, moteriktig kjole. I det man skaper plagget selv, har man en del makt når det gjelder resultatet og dermed kan velge hva som blir kommunisert, avhengig av hvilke farger og tekstiler man velger. I det man velger å gjenbruke gamle dyner eller pledd så transformerer man det gamle tegnet, som ikke kommuniserer mote, til tegn som kommuniserer en moteriktig kjole.

I utgave 32 fra 1972 skriver Hoff om forslag til enda et *gjør det selv* prosjekt. Hun foreslår at leserne prøver å bruke skjerf og lage en topp av den. Man kan fortsatt veldig tydelig se at det var, eller fortsatt er et skjerf, men samtidig endrer det sin funksjon. I tilfellet med patchwork kjoler var den en annerledes endring av tegn, ettersom man brukte tekstil, slik at man ikke kunne se hva det var før. I tilfellet med skjerf, var det lett synlig at denne toppen var egentlig et skjerf, og dermed blir et nytt tegn produsert mens det gamle tegnet ikke forsvinner helt.

Det å redesigne plagg er ikke alltid uten utfordringer. I utgave 38 fra 1970 skriver Hoff om at det å redesigne plaggene kan være problematisk. Til tross for endringer, kommer vi til å

kjenne igjen det gamle plagget, og dermed skal vi fortsette å føle oss som i det gamle plagget. Grunnen til det, kan være at til tross for endring i tegnet og dets betydning, er det gamle tegnet fortsatt synlig, og derfor blir det ikke et helt nytt tegn, men det gamle tegnet med en ny lag på toppen.

Det kan konkluderes i at redesign, eller gjør-det-selv tendensen hadde to mulige grunn. En var det å skape egne plagg, gjennom hvilket man kunne utrykke egen identitet. Den andre var å få mulighet til å teste ut en ny motetendens før den var ute av mote. Noen ganger var det å skape ting selv, også den eneste måte i å få tak i bestemte type klær, før de var utdaterte.

### **5.3.2 Mote som et syntaktisk system**

Barthes (2013) skrev at mote er et syntaktisk og ikke leksikalsk system. Dette betyr at tegn får mening gjennom opposisjoner, distinksjoner og sammenfall (Barthes, 2013). Etter å ha lest motespalter i *“Przekrój”* legget jeg merke til at de fleste plaggene har ingen betydning i seg selv og får betydning gjennom de ordene som beskriver dem. Ordet bukser peker på et klesplagg, men sier veldig lite om selvet plagget. Ettersom mote i magasiner er en språklig virkelighet, er det ordene brukt for å beskrive plagget som fyller den med mening.

### **Beskrivelse av plagg**

Kategorien brukt for å beskrive plagget, som kommer mest frem, etter å ha lest motespalter fra årene 1970-1979 er lengden. Lengde-problematikken var spesielt mye til stedet i starten av 70-tallet. I utgave 1 fra 1970 skriver Hoff først om lange gensere og lange kåper, men i utgave 5 skriver hun også om lange kjoler og skjørt. I utgave 8 fra samme år understreker Hoff at lange og veldig korte kjoler eksisterer parallelt, slik at moteriktige plagg er enten veldig korte eller veldig lange. Mini-lenge, altså veldig korte kjoler, var dominerende gjennom mesteparten av 60-tallet, og selv om de var fortsatt aktuelle i starten av 70-tallet, begynte lange kjoler å bli mer populære som et motsvar til mini-lengden. Dette peker på at mote som et fenomen drives ofte av kontraster. Men, til tross for disse kontrastene som oppstår, eksisterer fortsatt forskjellige lengder parallelt, som peker på at mote ikke er en evolusjon, men en endring. Allerede i utgave

32, fra samme år, skriver Hoff at mini lengden er ferdig, og nå skal alt være enten langt, eller midi, som er en lengde over knærne, gjerne legglangt. Til tross for at mini lengden skulle gå ut av mote, kom den tilbake en kort tid etter det, som peker på, at mote aldri er endelig. Samme klær, eller lengder, går inn og ut av moten, kan bli mindre synlige i perioder, men forsvinner aldri helt.

Ettersom mange av de forskjellige lengdene var moteriktig parallelt, var det behov for tydelige regler, for å vite hvordan man skulle forholdet seg til det. Disse reglene skriver Hoff om i utgave 9 fra 1971. På det tidspunktet var det ikke veldig tydelig, hvilken lengde var mest moteriktig, ettersom det gjaldt flere forskjellige samtidig. Men det at alle lengder var moteriktige, ikke betydde at alle lengder var til alle. Derfor i denne utgaven presenterer Hoff et sett med regler som forklarer hvilken lengde man skal velge ut ifra sin alder og tidspunkt på dagen. Disse reglene var spesielt tydelige for voksne damer, og hva slags lengde var bra for dem avhengig av om de skulle gå ut på formiddagen, ettermiddagen eller kvelden. For unge damer, var reglene mye friere og flere muligheter var tillatt. Det understreker Hoff ved å si, at mini lengde, altså mini kjoler eller skjørt er reservert kun for unge kvinner. Til tross for disse reglene, understreker Hoff, at ikke alle damer har lyst å peke på sin alder med klærne de velger, og derfor burde de velge plaggene som de ser best ut i. Det at det fantes forskjellige anbefalte lengder avhengige av alderen, viser til at alderen i starten av 70-tallet var en viktig samfunnsfaktor. Derfor var lengde problematikken mye mer en samfunns enn mote diskusjon. Det var ikke et spørsmål om hvilken lengde kvinner skulle velge ut ifra lengden som var mest moteriktig, men hvilken lengde var som var passende for kvinner i en bestemt alder og på et bestemt tidspunkt på dagen. Derfor var beskrivelse av lengden av kjoler eller skjørt med på å kommunisere tydelige samfunnsnormer og regler blant kvinner, spesielt voksne kvinner. Det viser til at i det polske samfunnet, var kvinner behandlet annerledes basert på deres alder. Folkerepublikken Polen var et konservativt land, og derfor var korte kjoler for mer voksne damer ikke tillatt. Hvis en godt voksen dame, bestemte seg for en mini kjole, var hun umiddelbart dømt og latterliggjort. Kvinner i Polen var dømt grunnet sin alder både av andre kvinner og menn, så det ikke var kun et problem med diskriminering av kvinner av menn, men begge kjønn bidro til disse normene. Grunnen var at samfunnet i Polen var mindre progressivt enn vestlige samfunn, og som resultat kvinner var kortere sett som unge (Kuczynska, 1978), voksne kvinner var sett som mindre attraktive jo eldre de ble og var begrenset av flere sosiale normer, som ble gjenspeilet i moten.

Selv om motens dynamikk endret seg i løpet av 70-tallet og ungdomskulturen ble et aldersuavhengig fenomen var det fortsatt en del samfunns normer.

Lengde-problematikken var mye mer til stede i utgavene i første halvparten av 70-tallet. Jo nærmere 80-tallet, jo mer lek og færre bestemte regler. I starten av 70-tallet, får leseren veldig tydelige regler på hva som skal brukes, når og hvordan, men i andre halvparten av 70-tallet står det ikke like sentralt. Det pekes på mer generelle tendenser i mote i denne perioden, som ble med tid mindre preget av regler og ble til en lek. Mot slutten av 70-tallet, der det finnes lengde regler, gjelder de på en annen måte enn før. Det er regler mindre avhengig samfunnsnormer, som referer i mindre grad til alder og hva som er passende for forskjellige aldergrupper, og som er i større grad avhengige av bestemte stil som gjeldet. Eksempel på det kan være utgave 9 fra 1977, der Hoff skriver om at i sportsklær og sykkelklær bruker man plagg som er over knærne, men i folkestil, plaggene skal være legglengt.

Det er viktig å understreke, at selv om tydelige regler og samfunnsnormer var mindre synlige i magasiner, ikke betyr at de forsvant helt. Det betyr at de var mindre vesentlige i et moteunivers, men den ikke alltid samsvarer med den faktiske virkeligheten. Den peker på en retning samfunnet kan utvikle seg i, men ikke gjenspeiler tilstanden den er i nå.

I magasiner både det å nevne og det å ikke nevne noe har en betydning. I starten av 70-tallet frem til starten av andre halvdel var det mye snakk om lengde og de forskjellige reglene. Med årene ser jeg en tendens i at det nevnes noen populære lengder og annonseres hva en kan være oppmerksom på, men det finnes ingen tydelige regler lenger, på samme måte som i starten av 70-tallet. I utgave 29 fra 1977 skriver Hoff om at mote har en tendens til å bli mindre seriøst og at det handler mer om lek enn regler. Hun skriver at for å være moteriktig, må man ha på seg klær med riktig innstilling. Så det ikke bare handlet om riktig plagg lenger, men måten en hadde plagget på seg, og den måten skulle være avslappet. Den handlet mer om motens *parol*, altså aktiviteten i det å bruke et plagg.

På 70-tallet ser vi utvikling fra tydelige regler, bestemte lenger og bestemte klær, til at det er hvordan man bruker de klærne, attityden man har og intensjonen man selv legger inn i klærne som er viktig. Det er viktig å huske på, at starten av 70-tallet var økonomisk sett mye bedre perioden for landet, der samfunnet kunne kjenne på mye mer frihet enn før. Det var periode da lønnen økte og prisene på matvarer var frosene, som resulterte i bedre økonomisk situasjon for

de enkelte. Det polske samfunnet opplevde for første gang etter krigen, så stor grad av frihet og dermed større omfang av vestlige moter og tendenser som kom inn i landet. Derfor hadde de større behov for å ha regler, for å kunne lære seg å bruke disse nye motene og tendensene. I det tilfelle, spilte magasinene en stor rolle i tilpassing til mer åpen for vestlige innflytelser Folkerepublikken Polen. Jo nærmere 80-tallet, jo nærmere landet var en stor økonomisk krise og dermed ble levestandarden lavere. Mote, som en form for lek, kunne være et svar på denne krisen og den forverrede økonomiske situasjonen i landet. Ettersom hverdagslivet ble omfanget av den forverrende situasjon i både politikk og økonomi, var moten et sted der man lett etter frihet og lek, som et motsvar på den vanskelige virkeligheten.

Klær kan beskrives ut ifra deres utseende, om de er lange, korte, vide eller tilpasset, men de kan også bli beskrevet ut ifra det hvordan tekstilen er, eller hvordan den føles på kroppen. I løpet av 70-tallet, skriver Hoff ofte om at tekstiler skal være myke og komfortable. Det gjør hun blant annet i utgaver 14-1970, 35-1972, 39-1972. Det peker på at klesbeskrivelse ikke handler kun om det visuelle og det estetiske, men også om det taktile og hvordan de forskjellige plaggene føles for de som bruker dem. På denne måten, skaper den språklige virkeligheten en bro til den kroppslige virkeligheten.

Det finnes også plagg, som er beskrevet gjennom et annet plagg. Et eksempel på det, er plagg som skjortejakker, skjortekjoler og skjortekåper. I utgave 16 fra 1971 skriver Hoff om at alle plagg skal ligne på en skjorte. I utgave 12 fra 1973 skriver Hoff igjen om at alle plagg skal være som en skjorte. Skjorte er et selvstendig plagg, men ordet skjorte brukes også som en måte å beskrive andre plagg på. På denne måten ble skjorte til en støtte for et annet plaggs betydning. I det en kjole blir til en skjortekjole, blir den fylt med betydning og egenskaper til en skjorte. Alle de plaggene som er, som skjorte, får mange av den opprinnelig skjortes egenskaper. Hoff konkluderer i at både skjorter og plagg som skjorte føles praktiske og naturlige, og ikke som en form for kostyme og derfor er de populære. Det er et resultat av den dominerende tendensen på 70-tallet, der mange gir opp gammeldags eleganse for komfortable og uformelle klær, som står for moderne mennesker.

## Komposisjon

Klærnes betydning er ikke kun påvirket av måten de er beskrevet på, men også av måten de er brukt på, altså hvordan de er komponert sammen.

I motespalter skriver Hoff ikke kun om de enkelte plaggene, men ofte skriver hun også om det på hvilken måte skal plaggene skal settes sammen. I det hun beskriver de forskjellige former for å kombinere klær, det som repeterer seg mest, er å kombinere klær i lag. Det å kle seg i lag er en måte å kombinere klærne sammen på, slik at man har flere plagg, lag, opp på hverandre. Det å kle seg i lag, var heller ikke et fast konsept, en fast oppskrift, men betydde forskjellige type kombinasjoner i de forskjellige årene. I utgave 33 fra 1970 skriver Hoff om at det å kle seg i lag er moteriktig og handler om å ha lange plagg under korte plagg. I utgave 47 fra 1970 skriver Hoff om å kombinere for eksempel en bluse med lange armer under en t-skjorte med korte armer. I utgave 10 i 1976 skriver Hoff om en ny måte å kle seg i lag, som hun kaller for å kle seg som en løk. I denne kombinasjonen er det viktig med brede og store plagg, som er plassert på hverandre, gjerne med en lue eller skjerf i tillegg. Denne utgaven av lag, er mye mer dramatisk, enn den på tidlig 70-tallet, ettersom både formen på klærne endret seg. I 1976 skal plaggene være store, kombinert i flere lag, med mange elementer. Det viser til, at mote har ikke noen faste regler, ettersom samme begrepet “i lag” betyr noe annet i de forskjellige periodene. Samtidig peker det også på at grunnet at komposisjon i mote spiller så stor rolle, har mote som et fenomen uendelige muligheter i det den kan kommunisere.

Det å kle seg i lag, var ikke kun praktisk valg, grunnet klima, eller et estetisk valg, grunnet stil, det var også en form for demokratisering av mote. I utgave 38 fra 1977 skriver Hoff om at det å kle seg i lag, og det å kombinere de samme klærne på forskjellige måter, er en form for demokratisering av mote, ettersom man ikke trenger bestemte plagg, for å være moteriktig, men man kan bruke det man har og kombinere det på spennende måter. I utgave 48 fra samme år, understreker Hoff at i det å kombinere plagg i lag, er det viktig at de forskjellige lagene er synlige og består av store og vide klær. Hun skriver at det skal ikke være lag av nødvendighet, slik man har en kåpe over en kjole, men at det skal være et konsept, et uttrykk, for eksempel en kjole brukt med bukser. Det er ikke nødvendig å ha bukser sammen med en kjole, ettersom de kan brukes alene, med da viser man hva konseptet handler om: å eksperimentere og leke seg med plagg og lag. Der kan vi lege merket til, at mote ofte tar utgangspunktet i bestemte forslag og



regler, men til slutt er det viktig at man leker seg med den for å fremme, sin egen, personlig identitet.

Mote er et fenomen som drives av nyheter og derfor har stadig behov for å introdusere noe nytt. Produksjon av nye plagg er tidskrevende, derfor gjennom å finne nye konsepter, som lag-konseptet, kan motefeltet føre in en nyhet uten at det tar tid. I utgave 13 fra 1973 skriver Hoff om at mote endrer seg ikke så mye, og den handler mer om å sette plagg vi allerede har på en riktig måte, enn om nye plagg. Det er detaljene i det hvordan vi stiliserer plaggene, som en krage i en skjorte som skal være stående, eller kåper som skal være åpne for å skape mer nonchalant uttrykk. Der ser vi, at detaljene som Barthes skrev om (Barthes, 1990) var ikke kun uttrykk for samfunnskille, men kunne også være uttrykk for nye tendenser, nye moter, der samme plagget med et nytt element, eller gammelt element brukt på en ny måte, ga uttrykk for det moderne.

Dette kan peke på at mote handler ikke bare om bestemte plagg, men måten man bruker de plaggene på. Det å komponere de forskjellige elementene sammen i et antrekk, har en transformativ funksjon og kan ta et plagg fra utdatert til moderne, fra ikke moteriktig, til moteriktig. Det er hvordan man setter de enkle elementene sammen som skaper nye former for uttrykk og dermed nye betydninger. Det peker også på, at selv om mote kan sees som en form for lek, krever den kjennskap til regler, motens grammatikk, og motemagasiner kan spille en stor rolle i det å lære seg disse reglene.

### **5.3.3 Tendenser i mote og deres betydning**

Mote kan enten gjenspeile samfunnet, eller peke på en mulig utviklingsretning. Derfor er tendensene i moten, presentert i magasiner både viktige og interessante, for de kan både si noe om samfunnet, men de er også er kontekst for betydning av den enkelte tegn, altså enkelte plagg.

Mellom 1970 og 1979 beskriver Hoff flere forskjellige tendenser i mote som: sportsstil, ungdomsmote, bondestil, folkestil, disco og mange andre. Blant de forskjellige tendensene var det tre som repeter seg mest: sportstil, folkestil og klassisk, maskulin stil.

### **Sportsstil**

Hoved tendensen som dominerte 70-tallet var sportsstil. I utgave 14 fra 1973 skriver Hoff om at den dominerende stilen er sport stil. Sportsstil er nevnt i flere utgaver fra samme år, blant annet i utgave 35, der Hoff oppsummerer at denne stilen består av basisplagg. Videre i utgave 37 skriver Hoff om at sport stil er resultat av avslappet mote som er fortsatt dominerende. Det som var viktigst i sportsstil var hvordan man kombinerte de plaggene sammen og tekstil plaggene var laget av som: jeans, kordfløyel, tweed og flanell. Mot slutten av 70-tallet, utviklet sportsstil seg i en mer bokstavelig retning. Fra 1977 utviklet sportsstil treningsklær. Til tross for at denne tendensen var et resultat av endring i livstil og den nye fascinasjon av sport og spesielt det å jogge, brukte man ikke disse plaggene kun til sport, men også i hverdagen i byen.

Det som kjennetegnet denne tendensen, var ikke sportsklær, men klær som var hverdagslige, praktiske og komfortable. Sportsstil handlet ikke om sport bokstavelig talt, i hvert fall ikke frem til slutten av 70-tallet, men om en avslappethet. Dette var et resultat av smaksutvikling og god smak, som fra og med 70-tallet ikke var assosiert med elegante klær.

På 70-tallet smak utvikler og endrer seg. Det som før var definert som god smak og var assosiert med elegante klær, har nå blitt assosiert med mer uformelle klesplagg og mer uformell stil. Det å kle seg for elegant, var assosiert med gammeldags og dermed de som vil fremstå som moderne, gjorde det ikke lenger. I utgave 7 fra 1971 skriver Hoff om at man skal ikke være overpyntet. En gammeldags eleganse er ikke i god smak lenger og det å kle seg for elegant kan resultere i at man ser ut utdatert.

Disse uformelle klær dominerte motelandskapet og var ikke kun dedikerte til uformelle anledninger. I en utgave fra 1972 skriver Hoff at det å pynte seg for mye, være for elegant har ikke plass i dagens mote. Til steder hvor man tidligere skulle pynte seg, som teater eller fest, nå skal kan man dra til i mer hverdagslige antrekk. Det var resultat av forsvinning av grenser i moten. Det var ikke klær som var dedikerte til fest og andre klær som var dedikerte til hverdagen, men man kunne bruke samme klær, overalt.

Der igjen er det viktig å understreke, at selv om det i magasiner ble skrevet om at man hadde ikke behov for å pynte seg, og at moderne mennesker brukte hverdagslige klær til festlige aktiviteter, ikke betyr, at det gjeldet alle i samfunnet og alle typer anledninger. Folkerepublikken Polen var et katolske land, der kirken spilte en stor rolle og til tross for mote endringer, var kirken fortsatt en av de stedene, der man skulle kle seg elegant. Derfor sto motetendenser og

både religiøse og samfunnsnormer ofte i kontrast til hverandre, som gjorde at det tok lengere tid for å innføre endringer i samfunnet.

Innenfor en stil, finnes det mindre tendenser som er mye mer konkrete. I tilfellet med sportsstil var en slik tendens arbeidsklær. I utgave 33 fra 1975 skriver Hoff, om at moteriktige mennesker ser ut som arbeiderne. Disse plaggene skal helst være autentiske og ikke bare stiliserte. Arbeidsklær var en del av det nye konseptet og forståelsen av smak og eleganse. I utgave 4 fra 1976 skriver Hoff om arbeidsklær, militære klær og forskjellige former for kjeledress eller pilotdress. Moteriktige menneskene så ut som arbeiderne, grunnet klær, men var ikke arbeiderne. På denne moten, er mote igjen en form for imitasjon og illusjon, der den tar ut plagg fra opprinnelige kontekster, for å sette dem i sin egen, motekontekst.

Det som er interessant med sportsstilen, er at den består av klær som er dedikerte til et annet formål. Både arbeidsklær og treningsklær er komfortable plagg ettersom de er designet for fysiske aktiviteter. På 70-tallet, søker samfunnet komfort. Kvinner som jobber, oppdrar barn og utfører husarbeid trenger klær de kan leve i. Ettersom kvinnerollen endrer seg, endrer også klærne, som må være tilpasset til den nye, moderne livstil, hvor kvinner er aktive medlemmer av samfunnet. På denne måten, sportsstilen som gjaldt på 70-tallet kommuniserer livsstilsendring og behov kvinner hadde på denne tiden. Det forklarer også hvorfor stilen klarte å bli såpass dominerende. Ettersom samfunnet, grunnet livstil, hadde behov for denne type klær, var det mer villig til å akseptere og adaptere denne tendensen, for at klær, eller tendens kan bli til mote, krever det en sosial aksept.

### **Folkestil**

Folkestil var ved siden av sportsstil blant de dominerende tendensene i perioden. Klær inspirert av folkelig tradisjon og håndverk, bønder og den landlige idyllen var en stor del av motefeltet på 70-tallet.

I utgave 20 fra 1970 skriver Hoff om bondestil, som var veldig landlig, romantisk og lett tilgjengelig, ettersom den besto av mange plagg som man kunne få tak i i skapet til moren eller bestemoren. Landlig, bonde stil, var en del av større tendensen som var folkestil. Folkestil kom i løpet av 70-tallet regelmessig tilbake i forskjellige utgaver og ble nevnt fortsatt i 1977 som en av

de dominerende tendenser i moten. Det var både tendenser, hvor inspirasjonene fra den polske folketradisjonen sto sentralt, men også klesplagg inspirerte av andre kulturer, som sigøynere, russisk eller indisk kultur.

Jo mer eksotisk inspirasjonen var, jo mer attraktivt var den for den polske befolkningen. Til tross for at stilen inspirert av den polske tradisjonen var lett tilgjengelig, ettersom man kunne kjøpe plagg på Cepelia, fra enkelte håndverker eller få tak i brukte klær, var stilen ikke godt mottatt. Klesplagg inspirerte av polsk folketradisjon var mye mer populært blant turister og i utlandet, mens den polske befolkning var mye mer tiltrukket av de eksotiske kulturene. Dette peker på hvordan et samfunn forholder seg til egen kultur og inspirasjon fra egen kultur i moten. Til tross for at Hoff understrekte, at folkestil var både veldig god for polsk vinter og åpnet rom for kreativitet, var mange uinteresserte. Mulig grunn for det, kan være, at folk stil inspirert av den polske tradisjonen, var forslått ovenfra, fra myndighetene, som et motsvar på den veldig populære hippie-stilen, assosiert først og fremst med den vestlige kulturen. Ønske om å høre til vest-Europa var sterkere, enn et ønske om å dyrke egen tradisjon, spesielt i Folkerepublikken Polen, landet, som ikke var suverent, og dermed var behovet for å markere sin avstand fra myndighetene sterkere.

### **Klassisk, maskulin stil**

Klassisk stil, er tendensen som på mange måter eksisterer utenfor mote. De klassiske plaggene, er kalt slik, for de er tidløse. Stilen består av enkle plagg i god kvalitet, ofte i mer nøytrale farger. I sine refleksjoner, i utgave 40 fra 1976, skriver Hoff at klassisk stil er utfordrende og vanskelig å oppnå i Folkerepublikken Polen. En klassisk stil krever plagg i god kvalitet og gode tekstiler som var vanskelig å få tak i Folkerepublikken Polen.

I løpet av 70-tallet, ble klassisk stil, som først besto hovedsakelig av enkle, men feminine plagg, mer og mer maskulin. I slutten av 70-tallet, der Hoff beskriver klassisk stil, skriver hun hovedsakelig om plagg som er mannlige. Klassisk stil i 1977 begynner å utvikle seg mot mer maskulin stil for kvinner, med dress bukser, blazere, mannlige kåper, slips, osv. Det var en ny tendens, at kvinner begynte å gå i mannlige klær. Selv om det i 1977 var fortsatt få damer påvirket av denne tendensen, etablerer den seg veldig godt mot slutten av 70-tallet. I utgavene

41, 44 og 47 fra 1977 skriver Hoff om de forskjellige elementene av maskulin mote som nå dominerende kvinnelig mote. Denne tendensen i moten ligger i kontrast til det som skjedde med kvinnens rolle i perioden. 70- og 80-tallet var perioden da likestilling som prosjekt tok et steg tilbake, og rollen til kvinner ble definerte som mer tradisjonell. Til tross for disse samfunnsendringene, utviklet ikke mote i mer tradisjonell retning, men tvert imot, utviklet den seg mot likestilling. Ettersom mote ikke kun var et resultat av det som skjedde i landet, men ofte var påvirket av de globale tendensene, var den preget av maskuline klær for kvinner.

Klær beskrevet som maskuline, refererte til plagg som opprinnelig var en del av mote for menn. Ved siden av denne tendensen var det en stor tendens for kjønnsnøytrale klær. Det var et resultat av nevnt flere ganger, utviklingen av ungdomskulturen, som på mange måter definerte perioden og promoterte, nye, mer likestilte forbilder. Ettersom ungdomskulturen var et ikke-polsk fenomen, men et fenomen som oppsto i vest, som ble deretter adaptert i det polske landskapet, og var derfor preget av den kjønnsmodellen som utviklet seg der.

Utvikling av kjønnsnøytrale klær og klær i maskulin stil for kvinner kan tyde på utvikling av kvinnerollen i samfunnet og hvordan samfunnet så kvinner, men også hvordan kvinner så seg selv. Det viser til at, selv om staten prøvde å definere kvinnerollen ut ifra det tradisjonelle, ga moten uttrykk for at moderne kvinner, kunne være og burde være likestilte.

Hoff skrev i 1977 at det var mange skeptiske kvinner, som var ikke åpne for å begynne å gå i mannlige klær, men i utgave 42 fra 1978 skriver hun at maskulin stil har blitt akseptert blant kvinner. Det peker på at mote kan vise til en samfunnsendring på sikt, og at det skjer gradvis. Det handler ikke kun om hvordan kvinner ble definert av staten, eller menn, men også måtte de selv innse deres egen rolle i samfunnet. Dette betyr at kvinner var heller ikke alltid åpne for endringer i samfunnet i forhold til sin egen rolle, ettersom Folkerepublikken Polen var, tross alt, et konservativt land, som kan bidra i at det tar lengere tid, før man kan tydelig se en samfunnsendring.

Mesteparten av 70-taller var dominert av de tre stiler. Gjennom årene, skriver Hoff i flere utgaver, at mote endrer seg ikke så mye og er til og med litt kjedelig. Det er samme tendenser og samme klær med små endringer. Dette kan være et resultat av maktskiftet i motefeltet. *Haute Couture* mistet sin posisjon som hovedinspirasjon og maktinstitusjon i feltet og tendenser til å promotere avslappede klær resulterte i at det var ikke plass til ekstravagante klær og store

dramatiske endringer i mote. En annen grunn til at mote ikke endret seg så mye, kunne være demokratisering av mote, som nå skulle være for alle og ikke kun for de eksklusive, rike kundene.

Mote endret seg ikke drastisk, men det som også endret seg, var måten de nye tendensene manifesterte seg på, som Hoff skriver om i utgave 34 fra 1978. Før, hvert år eller sesong ble det introdusert nye variasjoner av de samme plaggene. Det var gjerne bukser, kåper, gensere, blazere eller kjolene som kom i nye fasonger eller hadde nye detaljer. På slutten av 70-tallet var endringene ikke kun på fasong eller detaljnivå, men på konseptnivå. Hoff nevner at kvinnelig kostyme, som før besto av en blazer og skjørt, nå er erstattet av en maskulin dress. Så det var ikke bare ny utgave av et kvinnelig kostyme, men den ble erstattet av et helt nytt konsept for kvinner, som var dress, som kan igjen være et varsel på til endring i kvinnerollen, som i mote var motsigende, til det som Staten promoterte.

## **Kapittel 6. Avslutning og refleksjon**

Til tross for byråkrati, stadig mangel på varer og kampen mellom samfunnet og myndighetene om hvordan mote i Folkerepublikken Polen skulle være, var det mange gode designere, noen gode klær og stort behov for mote. På denne tiden, drømte mange i samfunnet om å leve i et kapitalistisk, demokratisk land og om å ha enkel tilgang til billige klær, som var vanlig i vestlige land. Mange av designere som jobbet for store fabrikker, drømte om å ha egne motehus, for å kunne skape egne klær under sitt navn, fra tekstil som de valgte selv, og ikke bare av de som fantes. I dag kan vi se perioden fra nåtidsperspektivet og derfor vet vi, hvordan det er å leve i et kapitalistisk land og hvordan disse motehistoriene skapt i Folkerepublikken Polen har sluttet. For å illustrere hva som skjedde med motefeltet som ble bygd og skapt som nasjonale institusjoner under kommunismen, skal jeg vise et bilde, som jeg tok da jeg reiste til Warszawa for å intervju Hase.



Bildet viser det som var det gamle lokalet til butikken til Cepelia, som var en de viktige mote institusjoner under kommunismen, drevet for å fremheve nasjonalt håndverk. På samme måte, som Moda Polska, eksisterte Cepelia en kort tid etter systemtransformasjon, men klarte ikke å overleve i den nye kapitalistiske virkeligheten, der billige varer fra utlandet overtok motemarkedet. Cepelia ble til en relikv av sin tid som selv om var det et symbol, ikke var tatt vare på. Den kommunistiske tiden i Polen, var såpass traumatisk for landet, at i det å prøve å glemme det som var vanskelig, ble det også glemt det som hadde potensiale.

Basert på min egen analyse, vil jeg konkludere i at mote i Folkerepublikken Polen var av en binær natur og på mange måter var performativ. Det var en motevirkelighet, støttet av Staten, der det ble laget fine, moteriktige klær, av god kvalitet, til enten eksport, eller representasjonsformål. Parallelt til det, eksisterte den faktiske motevirkeligheten, der motens forbrukere var nødt til å stadig finne nye måter i å få tak i moteriktige klær, ettersom de etter mange timer i køer, ikke hadde fått kjøpt noe.

Moten ble skapt og vist i både magasiner og på motevisninger, men den var ikke tilgjengelig for de enkelte. Moten ble til et narrativt fenomen, ettersom den eksisterte i språket, der den både ble skrevet og snakket om som en del av oppnåelser av en sosialistisk stat. I den fysiske virkeligheten var mote som et abstrakt konsept også til stedet, men klær som fysiske objekter ikke var det.

Min analyse peker på at mote er et samfunnsfenomen som betyr at uten et samfunn, finnes det heller ingen mote. Selv om mote ofte er et uttrykk for ens individualisme, er det nødvendig med en gruppe som man enten understreker sin tilhørighet til, eller markerer avstand fra. I Folkerepublikken Polen, var markering av avstand oftest avstand fra myndighetene og dermed var mote et verktøy for å uttrykke politiske syn. Derfor kan mote være et godt verktøy i det å studere både grupper og individer.

Mote kan peke på en mulig utvikling, en mulig fremtid, og ikke kun nåværende tilstand til samfunnet. Derfor kan mote være et godt verktøy til å studere dagens kultur og samfunn. I en historisk analyse, er fremtids aspektet mindre relevant, ettersom vi allerede vet hvordan historien sluttet. Til tross for det kan mote være et verktøy, for å studere hvor åpen et samfunn var for endring og hvor fort samfunnet endret seg. Blant kvinner spesielt, kan man se mote som et tegn på mulig utviklingsretning i forhold til samfunnsrolle, og ikke alltid umiddelbart en gjenspeiling av den faktiske rollen de hadde.

Mote var for kvinner både kilde til makt, siden gjennom klær kunne manifestere sitt syn på verden, sin identitet, og posisjonen de selv så for seg i samfunnet, men også kilde til kvinneundertrykkelse. Det som er interessant, var at det ikke var kun undertrykkelse fra menn, eller myndighetene, men også fra kvinner selv, som var et resultat av deres oppvekst i et konservativt land.

Gjennom å studere motefeltets strukturer, kan man lære mer om hvordan industrien fungerte i det kommunistiske landet. Mote som en institusjon var dominert av byråkrati. Mote som en industri, var lagt under mange byråkratiske enheter, som resulterte i at det var flere som bestemte over hva som skulle produseres, enn de som produserte. Byråkrati, samt eksport, resulterte i at butikkene i landet slet med mangel på varer. Men industrien i Folkerepublikken Polen var ikke kun byråkratiske strukturer. Det var også fabrikker. Steder som i perioden var mer en arbeidsplasser. Det sosiale livet var ofte strukturerte rundt dem, og dermed spilte de en stor rolle i samfunnet. Motens forbruk i perioden, var nokså et spennende fenomen, ettersom å snakke om forbruk i et land der butikkene er tomme, høres abstrakt ut. Men til tross for det, kjøpte og forbrukte folkene fortsatt. De kjøpte det de kunne, uavhengig av størrelse, og hvor lange køer de måtte stå i. Motens forbrukere hadde også veldig mye ansvar for sitt eget forbruk, ettersom de ofte måtte lage klærne selv.



I det jeg prøvde å forstå mote som et språk, forsto jeg hvordan mote kan være med å påvirke virkeligheten. Hvordan forskjellige plagg er fylt med betydning, viser til at klær ikke bare har mulighet å kommunisere, men de kan også være med på å skape, og å påvirke virkeligheten rundt. Og det er den skapende funksjonen, og ikke den kommunikative funksjonen til mote og klær som jeg synes var viktigst for samfunnet i Folkerepublikken Polen. Det var ikke alltid det viktigste å kommunisere sin motstand med klær, men det prøve å påvirke virkeligheten rundt seg.

Det å studere mote, med utgangspunktet i de forskjellige analytiske tilnærmingene, ga meg mulighet til å se motefeltet fra forskjellige sider. Det resulterte i at jeg kunne se mote i kontekst av kommunisme, uten å behandle alt som var kommunistisk som entydig negativ. Det å se mote både som språk, institusjon og mote som et samfunnsrelaterte fenomen, hjalp meg å forstå og belyse motens kompleksitet, og ga meg dermed muligheten til å se hvordan det kommunistiske systemet påvirket de forskjellige aspektene ved moten.

Da jeg prøvde ut de forskjellige tilnærmingene, fant jeg ut, at det å forske på mote som institusjon var mest spennende. I et kommunistisk land, kan det å bli kjent med hvordan feltet fungerte, gir et innblikk i hvordan kommunismen var. Ved bruk av denne tilnærmingen ble jeg kjent med motefeltet, på en helhetlig måte, ettersom jeg kunne se både på hvordan mote var skapt, på et abstrakt nivå, hvordan klær var produsert og hvordan de ble brukt. På denne måten analyserte jeg alle stegene i produksjonen, som synliggjorde de forskjellige relasjonene mellom mote på forskjellige stadier og mennesker.

Til slutt vil jeg komme tilbake til spørsmålet: **Hva kan man lære om samfunn og kultur ved å analysere mote?**

Det som kommer mest frem i min analyse, er at mote i kontekst av et land som ikke var suverent, peker på samfunnets drømmer og ambisjoner. Mote som et abstrakt konsept peker ikke alltid på hvordan samfunnet er, men på hvordan det kan bli, eller ønsker å være. Derfor kan man gjennom en moteanalyse både lære mer om historie, men også studere muligheter for videre utvikling av samfunnet, ettersom mote ofte varsler endringer.

## Litteraturliste:

- Barthes, R. (2013). *The Language of Fashion*. London: Bloomsbury
- Barthes, R. (1990). *The Fashion System*. Berkeley, Los Angeles: University of California Press
- Blumer, H. (1969). Fashion: From Class Differentiation to Collective Selection. *The Sociological Quarterly*, vol. 10, no. 3, s. 275-291. Taylor & Francis, Ltd.
- Boćkowska, A. (2015). *To nie są moje wielbłądy. O modzie w PRL*. Wołowiec: Wydawnictwo Czarne.
- Boćkowska, A. (2017, 17. november). Jadwiga Grabowska, *Culture.pl*.  
<https://culture.pl/pl/tworca/jadwiga-grabowska>
- Bourdeiu, P. (1995). *Distinksjonen*. Oslo: Pax Forlag A/S.
- Dąbrowska, A. (2022). *Grażyna Hase. Zawsze w modzie*. Warszawa: Muzeum Warszawy
- Eisler, J. (2018). *Czterdzieści pięć lat, które wstrząsnęły Polską. Historia Polityczna PRL*. Warszawa: Czerwone i czarne.
- Fidelis, M. (2010). *Kobiety, komunizm i industrializacja w powojennej Polsce*. Warszawa: Wydawnictwo ab.
- Hendrykowski, M. (2013). Semiotyka Mody. *Kultura Współczesna : teoria, interpretacje, krytyka*. vol. 4, s. 227-240
- Hoff, B. (1970). Mote. *Przekrój*, 01/1970.  
<https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/15787?f=dekada:1970,sortuj:najstarsze,rubryka:46>
- Hoff, B. (1970). Mote. *Przekrój*, 05/1970.  
<https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/17017?f=dekada:1970,sortuj:najstarsze,rubryka:46>
- Hoff, B. (1970). Mote. *Przekrój*, 08/1970.  
<https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/17702?f=dekada:1970,sortuj:najstarsze,rubryka:46>
- Hoff, B. (1970). Mote. *Przekrój*, 14/1970.  
<https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/20038?f=dekada:1970,sortuj:najstarsze,rubryka:46>
- Hoff, B. (1970). Mote. *Przekrój*, 20/1970.  
<https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/20278?f=dekada:1970,sortuj:najstarsze,rubryka:46>
- Hoff, B. (1970). Mote. *Przekrój*, 26/1970.  
<https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/20878?f=dekada:1970,sortuj:najstarsze,rubryka:46>

- Hoff, B. (1970). Mote. *Przekrój*, 27/1970.  
<https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/21745?f=dekada:1970,sortuj:najstarsze,rubryka:46>
- Hoff, B. (1970). Mote. *Przekrój*, 32/1970.  
<https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/22452?f=dekada:1970,sortuj:najstarsze,rubryka:46>
- Hoff, B. (1970). Mote. *Przekrój*, 33/1970.  
<https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/22596?f=dekada:1970,sortuj:najstarsze,rubryka:46>
- Hoff, B. (1970). Mote. *Przekrój*, 38/1970.  
<https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/25238?f=dekada:1970,sortuj:najstarsze,rubryka:46>
- Hoff, B. (1970). Mote. *Przekrój*, 47/1970.  
<https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/27538?f=dekada:1970,sortuj:najstarsze,rubryka:46>
- Hoff, B. (1970). Mote. *Przekrój*, 07/1971.  
<https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/30430?f=dekada:1970,sortuj:najstarsze,rubryka:46>
- Hoff, B. (1970). Mote. *Przekrój*, 09/1971.  
<https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/30655?f=dekada:1970,sortuj:najstarsze,rubryka:46>
- Hoff, B. (1970). Mote. *Przekrój*, 16/1971.  
<https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/32911?f=dekada:1970,sortuj:najstarsze,rubryka:46>
- Hoff, B. (1970). Mote. *Przekrój*, 27/1971.  
<https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/34382?f=dekada:1970,sortuj:najstarsze,rubryka:46>
- Hoff, B. (1970). Mote. *Przekrój*, 32/1971.  
<https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/28230?f=dekada:1970,sortuj:najstarsze,rubryka:46>
- Hoff, B. (1970). Mote. *Przekrój*, 36/1971.  
<https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/29478?f=dekada:1970,sortuj:najstarsze,rubryka:46>
- Hoff, B. (1970). Mote. *Przekrój*, 08/1972.  
<https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/37871?f=dekada:1970,sortuj:najstarsze,rubryka:46>
- Hoff, B. (1970). Mote. *Przekrój*, 09/1972.  
<https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/38020?f=dekada:1970,sortuj:najstarsze,rubryka:46>
- Hoff, B. (1970). Mote. *Przekrój*, 29/1972.  
<https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/43052?f=dekada:1970,sortuj:najstarsze,rubryka:46>
- Hoff, B. (1970). Mote. *Przekrój*, 32/1972.  
<https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/46793?f=dekada:1970,sortuj:najstarsze,rubryka:46>
- Hoff, B. (1970). Mote. *Przekrój*, 35/1972.  
<https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/48184?f=dekada:1970,sortuj:najstarsze,rubryka:46>

- Hoff, B. (1970). Mote. *Przekrój*, 39/1972.  
<https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/48290?f=dekada:1970,sortuj:najstarsze,rubryka:46>
- Hoff, B. (1970). Mote. *Przekrój*, 50/1972.  
<https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/52566?f=dekada:1970,sortuj:najstarsze,rubryka:46>
- Hoff, B. (1970). Mote. *Przekrój*, 03/1973  
<https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/57971?f=dekada:1970,sortuj:najstarsze,rubryka:46>
- Hoff, B. (1970). Mote. *Przekrój*, 12/1973  
<https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/57504?f=dekada:1970,sortuj:najstarsze,rubryka:46>
- Hoff, B. (1970). Mote. *Przekrój*, 13/1973  
<https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/57372?f=dekada:1970,sortuj:najstarsze,rubryka:46>
- Hoff, B. (1970). Mote. *Przekrój*, 14/1973  
<https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/57568?f=dekada:1970,sortuj:najstarsze,rubryka:46>
- Hoff, B. (1970). Mote. *Przekrój*, 18/1973  
<https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/58934?f=dekada:1970,sortuj:najstarsze,rubryka:46>
- Hoff, B. (1970). Mote. *Przekrój*, 19/1973  
<https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/57807?f=dekada:1970,sortuj:najstarsze,rubryka:46>
- Hoff, B. (1970). Mote. *Przekrój*, 35/1973  
<https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/51270?f=dekada:1970,sortuj:najstarsze,rubryka:46>
- Hoff, B. (1970). Mote. *Przekrój*, 37/1973  
<https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/59396?f=dekada:1970,sortuj:najstarsze,rubryka:46>
- Hoff, B. (1970). Mote. *Przekrój*, 40/1973  
<https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/58802?f=dekada:1970,sortuj:najstarsze,rubryka:46>
- Hoff, B. (1970). Mote. *Przekrój*, 23/1974  
<https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/62729?f=dekada:1970,sortuj:najstarsze,rubryka:46>
- Hoff, B. (1970). Mote. *Przekrój*, 31/1974  
<https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/63907?f=dekada:1970,sortuj:najstarsze,rubryka:46>
- Hoff, B. (1970). Mote. *Przekrój*, 42/1974  
<https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/61742?f=dekada:1970,sortuj:najstarsze,rubryka:46>
- Hoff, B. (1970). Mote. *Przekrój*, 33/1975  
<https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/68513?f=dekada:1970,sortuj:najstarsze,rubryka:46>
- Hoff, B. (1970). Mote. *Przekrój*, 04/1976  
<https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/67556?f=dekada:1970,sortuj:najstarsze,rubryka:46>

- Hoff, B. (1970). Mote. *Przekrój*, 07/1976.  
<https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/48845?f=dekada:1970,sortuj:najstarsze,rubryka:46>
- Hoff, B. (1970). Mote. *Przekrój*, 10/1976.  
<https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/54618?f=dekada:1970,sortuj:najstarsze,rubryka:46>
- Hoff, B. (1970). Mote. *Przekrój*, P 39/1976.  
<https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/68777?f=dekada:1970,sortuj:najstarsze,rubryka:46>
- Hoff, B. (1970). Mote. *Przekrój*, 40/1976.  
<https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/68833?f=dekada:1970,sortuj:najstarsze,rubryka:46>
- Hoff, B. (1970). Mote. *Przekrój*, 07/1977.  
<https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/69681?f=dekada:1970,sortuj:najstarsze,rubryka:46>
- Hoff, B. (1970). Mote. *Przekrój*, 08/1977.  
<https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/69395?f=dekada:1970,sortuj:najstarsze,rubryka:46>
- Hoff, B. (1970). Mote. *Przekrój*, 09/1977.  
<https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/69477?f=rok:1977,sortuj:najstarsze,rubryka:46>
- Hoff, B. (1970). Mote. *Przekrój*, 10/1977.  
<https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/70898?f=rok:1977,sortuj:najstarsze,rubryka:46>
- Hoff, B. (1970). Mote. *Przekrój*, 14/1977.  
<https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/71254?f=rok:1977,sortuj:najstarsze,rubryka:46>
- Hoff, B. (1970). Mote. *Przekrój*, 29/1977.  
<https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/70111?f=rok:1977,sortuj:najstarsze,rubryka:46>
- Hoff, B. (1970). Mote. *Przekrój*, 33/1977.  
<https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/71655?f=rok:1977,sortuj:najstarsze,rubryka:46>
- Hoff, B. (1970). Mote. *Przekrój*, 38/1977.  
<https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/71324?f=rok:1977,sortuj:najstarsze,rubryka:46>
- Hoff, B. (1970). Mote. *Przekrój*, 41/1977.  
<https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/72044?f=rok:1977,sortuj:najstarsze,rubryka:46>
- Hoff, B. (1970). Mote. *Przekrój*, 44/1977.  
<https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/72255?f=rok:1977,sortuj:najstarsze,rubryka:46>
- Hoff, B. (1970). Mote. *Przekrój*, 47/1977.  
<https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/72346?f=rok:1977,sortuj:najstarsze,rubryka:46>
- Hoff, B. (1970). Mote. *Przekrój*, 48/1977.  
<https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/73228?f=rok:1977,sortuj:najstarsze,rubryka:46>

- Hoff, B. (1970). Mote. *Przekrój*, 49/1977.  
<https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/72710?f=rok:1977,sortuj:najstarsze,rubryka:46>
- Hoff, B. (1970). Mote. *Przekrój*, 12/1977.  
<https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/54887?f=rok:1978,sortuj:najstarsze,rubryka:46>
- Hoff, B. (1970). Mote. *Przekrój*, 34/1978.  
<https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/73918?f=rok:1978,sortuj:najstarsze,rubryka:46>
- Hoff, B. (1970). Mote. *Przekrój*, 42/1978.  
<https://przekroj.pl/archiwum/artykuly/74259?f=rok:1978,sortuj:najstarsze,rubryka:46>
- Janas, A. L. (2020). *Dziewczyny: moda ulicy lat 70. I 80. XX wieku*. Warszawa: Arkady.
- Jaworska, J. (2019). *Piękne widok, Panowie, stąd macie*. Kraków: Universitas.
- Kawamura, Y. (2011). *Doing research in Fashion and Dress*. London: Bloomsbury.
- Kawamura, Y. (2005). *Fashion-ology. An introduction to Fashion Studies*. Oxford: Berg.
- Kmilewe. (2012, 16. Juni). *PKF 1970 03b*. YouTube.  
<https://www.youtube.com/watch?v=WNZxGRKF3K8>
- Kmilewe. (2012, 16. Juni). *PKF 1972 09b 03 0x*. YouTube.  
<https://www.youtube.com/watch?v=ZXL-nd8luu4>
- Kmilewe. (2012, 18. Juni). *Propaganda PRLu Najzabawniejsze PKF Lata 70*. YouTube.  
<https://www.youtube.com/watch?v=OBdDIJSDliw>
- Kmilewe. (2012, 16. Juni). *PKF 1975 10a*. YouTube.  
<https://www.youtube.com/watch?v=6DO4G17xWUM>
- Kmilewe. (2012, 16. Juni). *PKF 1976 09a*. YouTube.  
[https://www.youtube.com/watch?v=O5Vma8JY\\_zs](https://www.youtube.com/watch?v=O5Vma8JY_zs)
- Kmilewe. (2012, 16. Juni). *PKF 1978 10a*. YouTube.  
<https://www.youtube.com/watch?v=nfMw1RUDVrY&t=531s>
- Kuczynska, T. (1977). *Moda w rytmie epoki*. Warszawa: Watra.
- Kvarv, S. (2021). *Vitenskapsteori – tradisjoner, posisjoner og diskusjoner*. Oslo: Novus Forlag.
- Nilstun, C. (2023, 25. Januar). Signifikat i *Store Norske Leksikon*.  
<https://snl.no/signifikant>
- Pelka, A. (2013). *Z politycznym fasonem. Moda młodzieżowa w PRL i NRD*. Gdansk: Słowo / obraz terytoria.

- *Przewodnik po fabrykach* (1971). Łódzki Ośrodek turystyki i rekreacji.  
<https://www.fabrykiprl.pl/wp-content/uploads/2020/01/przewodnik-po-zakladach.pdf>
- Riello, G. (2011). The object of fashion: methodological approaches to the history of fashion. *Journal of Aesthetics & Culture*, vol. 3.
- Rzechorzek, E. (2018). *Moda Polska*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN SA.
- Sheringham, M. (2000). Fashion, Theory, and the Everyday: Barthes, Baudrillard, Lipovetsy, Maffesoli, *Dalhousie French Studies*, Vol. 53 (Winter 2000), s. 144-154.  
<https://www.jstor.org/stable/40838243>
- Simmel, G. (1957). Fashion. *The American Journal of Sociology*. Vol 62, no. 6., s. 641-558. The University of Chicago press journals.
- Stanczak-Wiślicz, K., Perkowski, P., Fidelisk, M., Klich-Kluczevska, B. (2020). *Kobiety w Polsce, 1945-1989. Nowoczesność, równouprawnienie, komunizm*. Kraków: Universitas.
- Storlien, B. (2022, 28. Juni). Haute couture i *Store Norske Leksikon*.  
[https://snl.no/haute\\_couture](https://snl.no/haute_couture)
- Storlien, B. (2022, 28. Juni). Prêt-à-porter i *Store Norske Leksikon*. <https://snl.no/prêt-à-portersnl>
- Zysiak, A., Kocemba-Żebrowska, J., Madejska, M., Kurkowska, E., Szymanski, M., Różycka-Stasiak, W., Gruda, M. (2020). *Wielki przemysł, wielka cisza*. Łódzkie zakłady przemysłowe 1945-2000. Łódź.

### **Oversikt over figurer:**

- Forside illustrasjon, Sztukowska, K. (2022)
- Figur 1 fra *Z politycznym fasonem. Moda młodzieżowa w PRL i NRD* (I politisk fasong. Ungdomsmote i Folkerepublikken Polen og DDR) av Anna Pelka. Side 87.
- Bildet 1, Lach-Lachowicz, N. (1974), *Sztuka konsumpcyjna Faza – XI*, fra [zasoby.msl.org.pl/arts/view/11](https://zasoby.msl.org.pl/arts/view/11), 13.04.2023