

Katarzyna Ciołek

„Inaczej niż wszyscy” – kreatywność kulturowa a strój młodzieżowy w Augustowie

W niniejszym artykule chcę udzielić odpowiedzi na pytanie, w jaki sposób młodzież z Augustowa konstruuje swój codzienny strój i jak łączy się to z pojęciem tożsamości. Zagadnienie, które najbardziej mnie interesuje, to kreatywność kulturowa manifestowana poprzez ubiór. Niezbędne jest tutaj spojrzenie na strój w kontekście źródeł – zarówno pochodzenia materialnego, jak i pochodzenia inspiracji, impulsu skłaniającego do chęci sięgnięcia po dany element odzieży. Równie interesująca jest kwestia znaczeń przypisywanych danym źródłom, którą rozwijam w kontekście relacji zjawisk lokalnych i globalnych. Stawiam przy tym kilka pytań. Interesuje mnie to, jakim wpływom ulega młodzież augustowska, dokonując wyboru stroju. Co motywuje chęć wyróżnienia się ubiorem na tle innych? Czym jest dla nich moda – zastanym zestawem znaczeń czy sferą „zabawy” tymi znaczeniami? W jaki sposób jest konstruowany wizerunek, tożsamość, indywidualność? Czy strój wyraża przywiązanie do lokalnych wartości, czy stylistyczny kosmopolityzm?

Podczas badań szybko dostrzegłam masowy, dominujący styl, ale i pojedyncze osoby wyróżniające się swoim ubiorem. Najbardziej interesujące wydały mi się te skrajne przypadki. Starłam się porozmawiać nie tylko z każdą osobą, która zwracała uwagę nietypowym wyglądem, ale także z osobami reprezentującymi styl „konwencjonalny” (Muggleton 2004). Zależało mi na pełnym obrazie sytuacji. Pytałam moich rozmówców, gdzie kupują swoje ubrania oraz co decyduje o wyborze konkretnego elementu stroju, a także czy są w stanie wskazać osoby prezentujące odmienne podejście do mody.

Interesował mnie nie tylko sposób, w jaki postrzegają siebie, ale i innych. Niejednokrotnie próbowałam dociec, jak jest definiowana przez moich rozmówców „norma”, jaki jest strój, który nosi większość i od którego część pragnie się odróżnić, jak określa się strój „dobry”, a jak „zły”. Okazało się, że zadanie to nie było łatwe. Wydaje mi się, że młodzi ludzie krępowali się otwarcie krytykować strój swoich rówieśników.

Jednocześnie z kilkoma rozmówcami udało mi się nawiązać bliższą relację, znamienne jest to, że osoby te prezentują indywidualny styl ubierania się. Doświadczenie to wpłynęło na ostateczny tytuł artykułu. Poprzez sformułowanie „inaczej niż wszyscy” rozumiem wyrażaną przez moich rozmówców chęć wzniesienia się ponad przeciętność, jeśli chodzi o modę, próbę wyrwania się z małomiasteczkowej nudy, na którą narzekają. Na drugim planie tego sformułowania przemyka pytanie – kim są ci „wszyscy”? Co sobą reprezentują? Dlaczego niektórzy nie chcą być jak oni? Wydaje mi się, że w tytule, jak i w całej pracy te zagadnienia się przenikają. W trakcie badań i tworzenia pracy starałam się pozostać w pozycji obiektywnego badacza, jednak czasami określenie się po jednej ze stron było nieuniknione.

Opisanie ogólnych upodobań odzieżowych młodzieży augustowskiej z pewnością jest zadaniem trudnym. Mimo że już na pierwszy rzut oka można zauważyć kilka dominujących stylów, to odpowiedzi na pytanie o codzienny strój moich rozmówców były bardzo różne. Ponieważ w dalszej części pracy chcę przywołać osoby, które eksperymentują z wyglądem i nie boją się wyróżnić, najpierw postaram się przedstawić styl masowy.

Obserwując młodych ludzi w Augustowie (znaczną część badań przeprowadziłam w jednym z liceów), miałam świetną okazję do przyglądania się ich codziennym strojom. Zauważyłam, że dominuje strój „luźny”, sportowy. Znaczna większość chłopców nosi ubrania w ciemnych odcieniach, zazwyczaj są to spodnie dżinsowe, bawełniana bluza, koszulka z nadrukiem i sportowe obuwie. Część nosi szersze ubrania w stylu hip-hopowym (w Augustowie znajdują się dwa sklepy z tego typu odzieżą). Wśród dziewcząt dominują żywsze kolory, szczególnie w wypadku koszulek z nadrukami, a także sportowych butów. Do tego zazwyczaj obcisłe spodnie – rurki. Dziewczęta reprezentujące mniej sportowy styl często noszą buty baletki, bardziej dopasowany top i dżinsowe spodnie.

Interesujące wydały mi się upodobania moich rozmówców dotyczące ubioru. Kilka przykładowych opisów przedstawiam poniżej:

Ja to tak sportowo. Spódnice, sukienki to w ogóle odpadają (kobieta, 16 lat).

Ja lubię bardzo Oxford style – tenisówki, krótkie spodenki, szelki, T-shirty, cardigany. Ale lubię też czasem tak bardziej elegancko, kobieco (kobieta, 17 lat).

Niektóre osoby dobierają swój strój tak, aby wyglądać „ładnie, ale nie wyróżniać się szczególnie”:

*Ja uważam, że się ubieram tak normalnie, tak zwyczajnie, niewyróżniającą (...)
Tak żeby dobrze dobierać kolory i żeby było po prostu schludnie i ładnie, (...) taka
normalna dziewczyna (kobieta, 16 lat).*

W dalszej części artykułu wykazę, że wiele osób w Augustowie traktuje odróżnianie się strojem jako zupełną ekstrawagancję. Interesowało mnie zagadnienie akceptacji i uznawania danego stroju za „normalny”, niewyróżniający się. Pytałam moje rozmówczynie, jak ubierają się młodzi ludzie w Augustowie, jak ich oceniają. Jedna z nich stwierdziła:

Powiedziałabym, że średnio. Nie przywiązują dużej wagi do ubrań (...). Małe miasteczko, więc ludzie za bardzo nie zwracają uwagi. Są poszczególne osoby, którym zależy na dobrym ubraniu, ale tak ogólnie to nie. Większość właśnie tak normalnie się ubiera – sportowo, zwyczajnie, nie wyróżniają się (kobieta, 16 lat).

Bardzo często mówiono mi też o grupach dziewcząt, które każdy nazywał na własny sposób, ale najprawdopodobniej chodzi o jedną grupę. Przywiązują one dużą wagę do swojego wyglądu, często są wyzywająco ubrane i mają mocny makijaż. Sama miałam okazję zaobserwować wiele takich młodych kobiet w Augustowie.

Są na pewno takie dziewczyny, które robią się na styl Barbie. Jakieś kokardeczki upinane we włosy, taki mocny makijaż, krótkie spódniczki (kobieta, 16 lat).

Jeden z rozmówców powiedział mi też o „kozakach”, czyli często spotykanym w Augustowie typie chłopaka:

– (...) To są albo plastiki, albo kozaki (...) Plastiki to nazwa od lalki Barbie, bo tak się podobnie ubierają. Kozaki to takie cwaniaki.

– Jak rozpoznać takiego cwaniaka i plastika?

– Niezbyt duży iloraz inteligencji, u jednych i u drugich. Myślę, że cwaniaki próbują zaimponować wyglądem.

– W jaki sposób?

– Na przykład czapeczka Nike, kurteczka Nike, spodenki Nike, buty Nike. Albo Adidas czy Puma. Często jakaś bransoleta na rękę, chwalać się, ile to tam biorą na klatę, i nie lubią, jak się im patrzy w oczy (mężczyzna, 17 lat).

Wynika z tego, że w wypadku chłopców taki wygląd kojarzy się z konkretnymi sportowymi markami. Przy opisie dziewcząt nie padały nazwy marek odzieżowych, jedynie rodzaje ubrań, zawsze jednak podkreślano rzucający się w oczy wygląd. Na lokalnej dyskotecie zauważyłam, że sporo młodych dziewcząt jest wyzywająco ubranych – bardzo krótkie, obcisłe sukienki, buty na wysokiej szpilce. Z pewnością wiąże się to z chęcią zwrócenia na siebie uwagi, ale nie wiązałabym tego z ekspe-

rymentowaniem z modą, ponieważ w ten sposób było ubranych wiele osób. Jest to „dopisanie” się do istniejącej, dlatego akceptowalnej, estetyki. Jeżeli za stan wyjściowy uznać to, co dziewczyny prezentują swoim strojem w szkole, to wersja do dyskoteki wyznacza jego maksimum.

Powyższe opisy stylów – sportowy, „normalny”, związany z subkulturami – stanowią różne wersje jednego stroju dominującego. Moi rozmówcy bez problemu wskazywali je w otaczającej ich przestrzeni. Ten fakt odczytuję jako zakorzenienie danego stylu w strukturze lokalnej. Style te są rozpoznawane, nadawane są im nazwy. Wiąże się to z samowiedzą obyczajową, definiowaną przez Małgorzatę Szpakowską jako „wypowiedzi spontaniczne, w których ujawniają się (czasem mimowiednie) rozmaite sądy, aspiracje, preferencje i fobie” (2003, s. 12). Gdyby pewne rodzaje strojów były nowe w otoczeniu, to z pewnością trudno byłoby moim rozmówcom je nazwać, przypisać do danego nurtu. Style te mieszczą się w spektrum, które nazywam strojem dominującym.

Sądzę, że różnorodność sposobów ubierania się wśród młodzieży augustowskiej jest spora, ale mimo wszystko dominuje „bezpieczny” styl: schludny, ale niewyróżniający się na tle pozostałych, nieodstający od normy. Wpisanie się w tłum to opcja bezpieczna, wolna od ewentualnych konsekwencji odejścia od tego, co dla tłumu jest normalne (akceptowalne). Zauważyłam, że osoby, które sama przypisałabym do tego „konwencjonalnego” stylu, niejednokrotnie mówiły, że nie lubią nosić takich samych ubrań, jakie ma już ktoś z ich otoczenia. David Muggleton, powołując się na badania S. Milesa, pisze, że „różnice pomiędzy zasadniczo podobnymi produktami pozwalają konsumentom zachować ich indywidualność, ale jednocześnie być akceptowanymi społecznie i dostosować do szerszej pojętej grupy rówieśniczej” (2004, s. 85). Dlatego duża liczba młodych osób nosi podobne ubrania, ale szuka takich, które niekoniecznie są identyczne jak stroje ich znajomych. O podobnym zjawisku pisze Tomasz Leszniewski w swych rozważaniach nad modą i tożsamością – człowiek potrzebuje czuć przynależność do danej grupy społecznej, ale jednocześnie chce się czuć indywidualistą (Leszniewski 2007). Pojawia się ambiwalentność tego zjawiska – jednostki odczuwają potrzebę wzniesienia się ponad tłum, którego tak naprawdę nie chcą opuścić.

Powyżej starałam się scharakteryzować styl dominujący wśród sposobów ubierania się augustowskiej młodzieży. Zarys ten ma pomóc w odróżnieniu osób, które eksperymentują z codziennym wizerunkiem. Poprzez eksperyment odzieżowy rozumiem odejście od normy, od stylu, który dominuje na ulicach i szkolnych korytarzach. Chodzi mi o wyróżnianie się, indywidualność, własne spojrzenie na temat mody

i świadome tworzenie swojego wizerunku. Właśnie taki rodzaj kreatywności jest głównym tematem tego artykułu.

Moi rozmówcy reprezentowali różne style ubioru, jednak szczególną uwagę chciałabym zwrócić na cztery rozmówczynie, które charakteryzuje eksperymentalne podejście do mody. Są to: Natalia, Ola, Magda i Emilka. Moim zdaniem wyróżniają się wyglądem na tle pozostałych, ale każda z nich reprezentuje inny styl. Krótko scharakteryzuję te cztery postacie, ponieważ później niejednokrotnie będę się powoływać na ich wypowiedzi.

Natalia zwróciła moją uwagę, gdy byłam pewnego dnia w jej szkole – miała na sobie niezwykle kolorowy strój, różowe okulary, pasiaste podkolanówki, tlenione blond włosy i kolczyk w wardze. Takim wyglądem zwracała nie tylko moją uwagę. Miałam okazję zaobserwować sytuację, gdy jeden z jej szkolnych kolegów krzyknął głośno na korytarzu za nią „Fajne skarpety!” z wyraźną domieszką ironii. Jednak dało się zauważyć, że Natalia nie przejęła się tym komentarzem i z uśmiechem na ustach podziękowała, jakby dla niej to była sytuacja codzienna. W rozmowie potwierdziła moje przypuszczenia dotyczące jej indywidualnego podejścia do stroju i zabawy modą. Część jej garderoby to ubrania używane i przerobione na własny sposób. Jest do tego miłośniczką *piercingu*, a gdy zapytałam o fryzury, odpowiedziała: *Bardzo nie lubię nudy na głowie* (kobieta, 18 lat). Gdy pytałam w innych wywiadach o jednostki, które wyróżniają się strojem, wielu rozmówców wskazało właśnie Natalię (są to głównie osoby, które znają ją tylko z widzenia).

Ola jest miłośniczką stylu retro i większość swoich ubrań kupuje w sklepach *second-hand*¹, których w Augustowie nie brakuje. W szkole wyróżnia się wyglądem, widać, że każdy element jest starannie dopasowany, a przy tym bardzo kobiecy i szykowny, ale nie przesadnie elegancki. Ją również wskazano mi jako osobę odstającą od reszty strojem, a raz nawet jako pewne uosobienie oryginalności.

Magda na pierwszy rzut oka może tak bardzo nie wyróżnia się strojem, ale baczny obserwator aktualnych trendów w modzie zauważy, że Magda je skrupulatnie śledzi i stara się to odzwierciedlić w swoim wyglądzie. Po rozmowie z nią dowiedziałam się, że jest fanką tzw. szafiarek, czyli bardzo popularnego ostatnio w internecie zjawiska blogów dotyczących mody, w których dziewczyny prezentują amatorskie zdjęcia przedstawiające siebie w najróżniejszych stylizacjach ubrańowych.

¹ Rodzaj sklepów, którego asortyment stanowią rzeczy z tzw. drugiej ręki, czyli używane.

Emilka także nie rzuca się od razu w oczy w tłumie, ale wyróżniają ją dodatki. Sama projektuje i wykonuje biżuterię, szczególnie kolczyki. Tak spodobało się to jej koleżankom, że zaczęła zbierać od nich zamówienia i teraz sprzedaje własnoręcznie wykonane kolczyki wśród swoich rówieśniczek w szkole. Okazało się, że przerabia i projektuje też ubrania na własne potrzeby, a w realizacji tych projektów pomaga jej mama.

Te cztery dziewczyny, mimo różnych stylów, łączy chęć wzniesienia się pod względem mody ponad przeciętność. Każda z nich przywiązuje dużą wagę do wyglądu, a priorytetem jest to, aby nie wyglądać tak samo jak szkolne koleżanki. Nie musi to jednak wiązać się z godzinami spędzonymi przed szafą i lustrem, a raczej z pewnego rodzaju kreatywnością kulturową w życiu codziennym. Poprzez dobieranie nowych strojów, szukanie ich w lokalnych „lumpeksach”, łączenie bluzki z „siecicówki” ze starą spódnicą mamy, przerabianie ubrań dziewczęta te tworzą swoją tożsamość kulturową. Wiąże się to ze „sztuką życia”, o której pisze brytyjski etnograf Paul Willis (2005). Moda już dawno została uznana za rodzaj sztuki, jednak nikt nie oczekuje od augustowskiej młodzieży chodzenia w kolekcjach *haute couture* od światowej sławy projektantów. Chodzi tu o pewne praktyki kulturowe w życiu codziennym, a dokładnie, cytując Willisa, „działania człowieka mające na celu tworzenie znaczeń” (2005, s. 15). Tego rodzaju praktyki są, moim zdaniem, najważniejsze dla konstruowania własnej tożsamości kulturowej. Tworzenie znaczeń prowadzi do rozwijania kulturowego „ja”, a proces ten nigdy nie ma końca, „istoty ludzkie dokonują stałej reprodukcji w sferze kultury” (s. 16). Nie chodzi wyłącznie o tworzenie „czegoś” z „niczego”, ale także, a może przede wszystkim, o przetwarzanie dostępnych materiałów. Spośród mnóstwa form kulturowych młodzi ludzie wybierają to, co podoba im się najbardziej, i sami decydują, co zrobić z tym dalej.

Wyróżniający wygląd w tak niewielkim mieście, jak Augustów, nie pozostaje niezauważony. Gdy zapytałam Natalię, czy ludzie otwarcie komentują jej strój, odpowiedziała:

Bardzo mocno komentują. Na przykład, jak coś nowego się wymyśli, coś się wprowadzi, nikt tego jeszcze nie widział. Wiadomo, niektórym będzie się podobało, a większość i tak cię zjedzie (...). Na przykład, jak się idzie po mieście, to komentarze w stylu „jak ty wyglądasz” albo „ale fajne coś tam”, albo „weź ty lepiej w worku na ziemniaki chodź”. Takie komentarze też były, ale jakoś nie przywiązuję do tego wagi (kobieta, 18 lat).

Ulf Hannerz zauważa, że w ramach lokalnych społeczności ludzie mogą się wzajemnie obserwować i dlatego wszelkie odmienności mogą

być krytykowane (2006). Natalia, jedna z najbardziej charakterystycznych osób w Augustowie, bywa wytykana palcami, a jej strój jest głośno krytykowany. Część społeczności jest świadoma tych konsekwencji i specjalnie unika wyróżniania się, dobiera ubiór tak, aby nie zwracać na siebie większej uwagi. Elementy wizerunku, takie jak strój, fryzura, makijaż, potrafią bez słów przekazywać znaczenia społeczne. Młodzi ludzie doskonale wiedzą, że strój jest deklaracją przynależności, stąd też świadomie wyróżniają się lub nie.

Nietypowy, oryginalny strój jest odejściem od normy, a więc od struktury. Roch Sulima patrzy na subkultury młodzieżowe w kategorii liminalności na podstawie koncepcji Arnolda van Gennepa. Liminalność jest stanem „pomiędzy” – już nie jest się „tu” i jeszcze nie „tam”. Badania nad ruchami młodzieżowymi pozwalają stwierdzić, że kultura młodzieżowa jest „permanentnym pożądaniem *communitas*”, pojawia się ciągła „potrzeba rytuałów *przejść*, działań liminoidalnych, doświadczania siły niskich statusów i marginalnych pozycji w strukturze, akcentowania *teraz*” (Sulima 2000, s. 62).

Młodzi ludzie są właśnie tymi, którzy testują granice, poruszają się po peryferiach struktury. Nieliczni są na tyle odważni, aby wyjść poza nią, jednak najbardziej atrakcyjna jest właśnie ta marginalność. Ci, którzy stąpają po granicy struktury, przyczyniają się do poszerzania pola tolerancji. Wychodząc poza konwenanse odzieżowe, pozornie opuszcza się strukturę, w rzeczywistości w strukturze jest miejsce dla „dziwaków”, a właściwie na jej obrzeżach. Odmienność w stroju dla wielu jest pociągająca i imponująca, ale nie każdy ma na to odwagę.

Z młodymi ludźmi wiąże się chęć obcowania z nowościami, badają je na własnej skórze. Jak pisze Sulima: „Kultura młodzieżowa jako przestrzeń liminalności ideologicznej to (...) przyczółek Nowego, miejsce permanentnej zmiany” (2000, s. 63).

Jednak jak w czasach wynoszenia wszelkich nowości na piedestały wytłumaczyć fascynację stylem retro, który reprezentuje Ola, jedna z moich rozmówczyń? Gilles Lipovetsky wiąże to z indywidualnym podejściem do mody – ponieważ normy nie są już narzucane, można umyślnie czerpać z tradycji, aby podkreślić swój odmienny styl (Lipovetsky 2008). Jednak ubiór inspirowany przeszłością dla większości młodych ludzi nie jest atrakcyjny, Ola powiedziała mi o odzwieciu na jeden ze swoich strojów: *Spotkałam się z reakcją śmiechu, taką naturalną wręcz* (kobieta, 18 lat). Tradycje, które kiedyś zbiorowo narzucały sposób noszenia się, dziś, paradoksalnie, są jednym z elementów budowania indywidualizmu.

Kreowanie własnego wizerunku nie jest łatwe. Mnogość wzorców, z których można wybierać, przytłacza. A przecież wybór ulubionego to

dopiero początek. Trzeba odnaleźć odpowiednik znajdujący się w zasięgu, zestawić z innymi elementami, zdecydować, czy jest to dobra okazja, jeśli chodzi o cenę. To wszystko wiąże się z ciągłymi wyborami. Nie ulega jednak wątpliwości, że tworzenie wizerunku polega głównie na naśladowaniu, tak jak moda. W eksperymencie odzieżowym chodzi jednak o twórcze podejście do naśladownictwa i o czerpanie z jak największej liczby źródeł, łączenie, miksowanie wszystkiego ze wszystkim.

Próbowałam dowiedzieć się od moich rozmówców, co według nich oznacza „bycie modnym”. Wielu osobom odpowiedź na to pytanie sprawiała trudność. Zauważyłam, że dzielili ją na części: jak uważa większość oraz jak myślą oni sami. Zacytuję przykładowe wypowiedzi:

Być modnym to może oznaczać, na przykład, orientować się i czytać cały czas jakieś newsy modowe, co jest teraz na topie, i próbować się ubierać według tego, co ktoś dyktuje teraz, jacyś projektanci mody założmy. A dla mnie „być modnym” to znaczy stworzyć jakiś swój styl ubierania się i po prostu nosić to, w czym się czuje dobrze, i to jest chyba moda, bycie modnym w swoim mniemaniu (mężczyzna, 21 lat).

Wydaje mi się, że być modnym... z takiego popularnego ogólnie zdania to jest być takim, jak z gazet, ubierać się w to, co wszyscy, w drogie, w ładne, takie z pierwszych stron gazet ubrania, wyglądać jak te wszystkie modelki. To takie bardziej stereotypowe pojęcie. A z mojego punktu widzenia... być modnym to samemu czuć się w czymś świetnie, w czymś, co jest może popularne, ale nie jest tak jakoś szeroko rozpropagowane, na przykład, że jest jakiś element garderoby, który został gdzieś w gazecie umieszczony i właśnie nie jest tak na siłę skopiowany ten cały zestaw ubraniowy, tylko to jest takie mieszanie różnych stylów i niebanie się tego (kobieta, 17 lat).

Należy zwrócić uwagę, że większość inspiracji czy nawet samych elementów strojów młodych ludzi jest pochodzenia pozalokalnego. Powołując się na teorię Hannerza, chcę podkreślić, że składniki lokalności niekoniecznie mają związek z danym terytorium (Hannerz 2006), w tym wypadku z Augustowem. Dotyczy to zarówno ubrań osób mających indywidualny styl, jak i „niewyróżniającej się” większości, bo przecież ubrania te są projektowane i wykonywane z dala od Augustowa.

Wiele inspiracji dotyczących mody pochodzi z mediów, a szczególnie z internetu. To właśnie źródło było najczęściej wskazywane przez moje rozmówczynie. Jeśli chodzi o modę w sieci, jedna z nich powiedziała: *Często oglądam w internecie zdjęcia z pokazów, na przykład Burberry, Prada* (kobieta, 17 lat). Internet jako główne źródło inspiracji wymienia Emilka. Przeglądając strony, zbiera pomysły na własnoręczne tworzenie

akcesoriów i ubrań. Magda codziennie odwiedza polskie i zagraniczne blogi modowe, na których inne dziewczyny prezentują swoje zdjęcia w ciekawych połączeniach ubraniowych. Będąc w Augustowie, umówiłam się z nią na spotkanie, abyśmy razem mogły przejrzeć jej ulubione blogi i strony z modą. Poprosiłam ją, aby na bieżąco komentowała zdjęcia i pokazała, co jej się podoba, a co nie. Warto podkreślić, że większość blogów, które śledzi Magda, jest prowadzona przez jej rówieśniczki. Łatwo się z nimi identyfikuje również ze względu na interakcję, której często brakuje w popularnych czasopismach. Autorka jednego z najpopularniejszych polskich blogów o modzie w ten sposób tłumaczy ich sukces: „Jesteśmy szybsi od miesięczników, nowe trendy komentujemy prawie codziennie i dostosowujemy pomysły projektantów do możliwości zwykłych ludzi, których nie zawsze stać na rzeczy z najnowszych kolekcji” (Gawrońska 2009).

Inspiracje, po które sięgają moje rozmówczynie w internecie, mają charakter wybitnie pozalokalny: fińska strona z modą uliczną, blogi dotyczące mody z całego świata, serwisy znanych domów mody. W internecie nie istnieje problem odległości – świat wydaje się na wyciągnięcie ręki. Dziewczyny z Augustowa oglądają te same strony co ich rówieśniczki ze światowych stolic, ale jednocześnie przyznają się do kompleksu małego miasta (o czym będzie mowa dalej).

Hannerz próbuje postawić znak równości, pod względem skuteczności, między interakcjami zachodzącymi w sieci a tymi ze świata rzeczywistego (2006). Równie inspirująca dla dziewczyn może być anonimowa blogerka z drugiego końca świata, co osoba zauważona na ulicy.

Muggleton przywołuje badania Sarah Thornton, która używa pojęcia „kapitału subkulturowego”. Thornton wprawdzie skupia się na subkulturach, ale myślę, że ta teoria ma zastosowanie również w wypadku moich badań. Koncepcja owego kapitału to posiadanie odpowiedniego gustu, który oznacza bycie „modnym” i „dobrze poinformowanym”. Wydaje mi się, że osoby mające ten kapitał zostały mi wskazane przez niektórych moich rozmówców, gdy pytałam, kto wyróżnia się strojem. Muggleton pisze: „Upodobania typowe wyłącznie dla danej subkultury pozostają takie tak długo, jak długo są nieznane lub niedostępne większości społeczeństwa” (2004, s. 83). To samo tyczy się moich rozmówczyń, które nowych pomysłów szukają w internecie. Chcą wykorzystywać elementy, z których jeszcze nie korzystają ich rówieśnicy. Gdy stają się zbyt powszechne, rezygnują z nich i szukają nowych.

Oczywiście takie media jak telewizja i prasa również mają wpływ na młodych ludzi, jeśli chodzi o tworzenie własnego wizerunku. Nikt wprawdzie bezpośrednio nie przyznał się do inspiracji zaczerpniętych z programu telewizyjnego, ale niejednokrotnie słyszałam, że pod

wpływem popularności programu *You Can Dance*² nastąpiła moda na styl prezentowany przez jego uczestników, czyli luźny, sportowy, w którym wygodnie się tańczy.

Media tradycyjne wydają się trafiać do odbiorców hołdujących bardziej konwencjonalnemu stylowi. W internecie inspiracji szukają raczej osoby o indywidualnym stylu, dla których to, czego dostarcza telewizja czy czasopisma, jest niewystarczające. Mimo że telewizja i prasa także oferują możliwość selekcji materiału, to w internecie jest go znacznie więcej.

We współczesnych mediach komunikaty nie są przekazywane bezpośrednio i dosadnie, ale młodzi ludzie umiejętnie je odczytują i dobierają wedle własnych upodobań. Dopiero te komunikaty w połączeniu z własnymi doświadczeniami potrafią tworzyć osobiste znaczenia (Willis 2005).

Moje rozmówczynie niejednokrotnie wspominały, że podpatrują modę, gdy zdarza im się być w większym mieście, na przykład w Warszawie czy Białymstoku. Twierdzą, że tam można bardziej eksperymentować z wyglądem, bo „nikt nie spojrzy na to krzywym okiem”, jak w Augustowie. Ponadto modne ubrania są bardziej dostępne, a najnowsze trendy są widoczne na ulicach dużo wcześniej niż w ich mieście:

Czasami inspirują mnie dziewczyny w Warszawie, bo one są po prostu zupełnie inne niż tutaj. Jak się popatrzy na ich styl a ten augustowski, to po prostu jest przepaść, bo one już dawno, dawno przestały nosić to, co my tutaj (...). Zdarza mi się podpatrywać dziewczyny w galeriach, czasem też właśnie trochę skopiować ich styl, ale tak w miarę, nie to, że wszystko (kobieta, 17 lat).

Podobnie jest z pobytami za granicą: *Na przykład w Chorwacji jak byłam, to podpatrzyłam ludzi, we Włoszech zdecydowanie też* (kobieta, 18 lat).

Natalia, chyba najbarwniejsza postać, jaką udało mi się spotkać w Augustowie, mówi wprost: *Augustów raczej żadnej inspiracji mi nie daje, jest szary i ponury* (kobieta, 18 lat).

Hannerz postrzega lokalność jako arenę, „na której krzyżują się środowiska znaczeń różnych ludzi i na której ma również szansę zadowolić się to, co globalne, lub to, co było lokalne gdzie indziej” (2006, s. 46). Nośnikami zmian są ludzie – obserwacje zebrane poza Augustowem przenoszą na grunt lokalny, inspirując współmieszkańców, którzy nie muszą być świadomi pochodzenia „zmiany”.

² Program taneczny emitowany w stacji TVN od 2007 r. Do tej pory wyemitowano 6 edycji programu (<http://youcandance.plejada.pl>).