

Installation view from the exhibition "The Affluence of the Working Class from Differentiation to Collectivism (On Fashion and the Politics of Aesthetics)" at Pavilion, Bucharest. Here: Maria Balea (Working Class Heroes, collage of found photographs, found wooden base, industrial lamp, heater, 2012). Courtesy of the artist and www.pavilioncenter.ro.

se salvează de la decăderea ei, ci doar de la banalitate. În concepția lui Baudelaire, ea e astfel gândită încât clipa tranzitorie să găsească recunoaștere în calitate de trecut autentic al unui prezent ce va veni. Ea se dovedește a fi ceea ce va ajunge odată clasic; „clasic” este acum „fulgerul” unei lumi noi ce nu va avea, firește, nici o durabilitate, adică al unei lumi care, odată cu prima ei apariție, își pecetluiește deja pieirea. Habermas spune că această înțelegere a timpului, radicalizată încă o dată în suprarealism, stabilește înrudirea modernității cu moda.

Benjamin alcătuiește sintagma „timp actual” – „*Jetztzeit*” –, în care sunt presărate cioburi ale timpului mesianic și desăvârșit, cu ajutorul motivului imitației, devenit oarecum imaterial, ce poate fi detectat în manifestările modei: „Revoluția Franceză s-a înțeles pe sine ca o Romă reînnoasă. Ea a invocat Roma antică așa cum moda invocă un costum din trecut. Moda are un simț special pentru actual, oriunde s-ar mișca prin hățșurile trecutului. Ea e saltul în trecut... Același salt al istoriei este cel dialectic, după chipul căruia a conceput Marx revoluția”. Benjamin se revoltă nu doar împotriva normativității împrumutate a unei înțelegeri a istoriei create din imitația modelelor; el luptă la fel de mult împotriva ambelor concepții, ce captează și neutralizează deja pe terenul înțelegerii moderne a istoriei provocarea noului și a neașteptatului.

Au fost multe explicații pentru modă care îi recunosc rolul în exprimarea diferenței între clase în societatea capitalistă, dar acestea tind să o perceapă ca pe un organism ce lucrează automat în interesele grupurilor dominante sau privilegiate. Afluența financiară a clasei mijlocii și consumul masiv sunt văzute ca mijloace de excludere – neidentificarea cu alte grupuri; afluența clasei mijlocii este văzută ca un mijloc de imitare – identificarea cu alte grupuri. Se presupune că producția de masă amenință să erodeze, să absoarbă sau să facă neimportante diferențele de clasă, făcând prezervarea „distingției” prerogativul privilegiaților și al grupurilor de elită. Rezultatul este acela că indivizii din grupurile subordonate, mai degrabă decât să aibă propriile metode de excludere, râvnesc către cei din grupurile de statut mai înalt. Se produce un efect de copiere a structurilor sociale sau de imitare a comportamentelor sociale. Conform logicii unei societăți egalitariste, când oamenii nu trebuie să-și expună diferențele sociale, aceștia nu o vor face. Dacă legea și anonimatul îți permit să „scapi” prin a fi orice persoană alegi să fii, atunci nu vei încerca să definești cine ești. Dar logica egalitaristă cedează când este aplicată orașului *ancien régime*, în ciuda faptului că există o dorință în a se observa codurile vestimentare. Făcând asta, oamenii speră să facă ordine în amestecul de străini de pe stradă.

Viața e mai acceptabilă din punct de vedere social dacă oamenii sunt luați așa cum ar dori să fie și nu așa cum, probabil, sunt. Gândind astfel, hainele au o însemnătate independentă de purtător și de corpul acestuia. Corpul este o formă ce trebuie decorată. Aura socială trebuie creată. Discrepanța arată decăderea morală și etică a unei majorități care se dorește decidentă, dar sfârșește într-o deplorabilă stare de psihoză generată de lipsa de recunoaștere, în ciuda tuturor accesoriilor. Codurile vestimentare ca modalitate de reglementare a străzii funcționează clar dacă oamenii sunt identificați arbitrar de către cei de o condiție intelectuală și educațională mai puțin solidă. Faptul că oamenii nu sunt,



Installation view from the exhibition "The Affluence of the Working Class from Differentiation to Collectivism (On Fashion and the Politics of Aesthetics)" at Pavilion, Bucharest. Here: Felix Gonzales-Torres (Untitled-Last Light, 24 matte light bulbs, electrical cable, dimmer switch, variable dimensions, 1993), Marina Albu (Ditto - At Night We Are All The Same, 2,43x1,31 m, PMMA metal-faced plexiglas, 2013), Wu Tsang (Wildness, documentary, film, 75 min., 2012). Courtesy of the artists.

într-o majoritate semnificativă, ceea ce poartă este mai puțin important decât dorința lor de a purta ceva recognoscibil. Această problemă a creat o nouă relație între îmbrăcăminte și mașină, a generat un nou accesoriu. Chiar ființa umană devine un tip de accesoriu, cei/cele cu care se produce un tip de asociere răspund unei tendințe estetice determinate, generalizate.

Fetișismul și spectacularizarea creează iluzia condițiilor schimbate de existență. Selectarea gusturilor și intereselor în modă se consideră a fi un mijloc de îmbunătățire socială, iar femeia modernă/bărbatul modern sunt înțeleși ca un spectacol folosit pentru afișarea bogăției și distingției. Dar, în același timp, aceștia nu sunt recunoscuți ca indicatori de schimbare socială reală, ci doar ca mijloace prin care diferențele socio-economice sunt deghizate sau negate.

Însă modelul proscrisilor poate amenința această claritate. Istoric, regulile sunt zdruncinate de apariția dandismului și, mai târziu, a hipsterului. Doar prin deghizarea costumației epocii se dezvăluie frumusețea eternă – Benjamin i-a conferit mai târziu acestui caracter expresia imaginii dialectice. Rolul tânărului dandy constă în a orienta ofensiv, într-o manieră blazată, acest tip de extravagante și de a manifesta extravagantele prin mijloace provocatoare. Tânărul dandy combină trândăvia și ceea ce ține de modă cu plăcerea de a surprinde – fără ca el să fie vredodată surprins. El e expertul în materie de plăcere efemeră a clipei din care izvorăște noul: „El caută acel ceva pe care vreau, cu permisiunea Dvs., să-l caracterizez drept «modernitate»; căci nu se oferă nici un cuvânt mai bun pentru a exprima ideea în discuție. Pentru el e important să îndepărteze din modă

tot ce ar dori ea să aibă poetic în partea istorică și etern în partea efemeră”. (Habermas)

Clasa muncitoare a fost percepută ca fiind împărțită, în perioada de după cel de-al Doilea Război Mondial, între cei de „la margine” (despre care se crede că resping bunurile de consum) și majoritatea (consumatorii pasivi). De exemplu, stilul subcultural (masculinizat) este deosebit de moda culturală de masă (feminizată). Când timp activitățile femeilor din clasa mijlocie au fost asociate cu practici culturale devalorizate, cultura clasei muncitoare bărbătești s-a bucurat de statutul de cultură subversivă, pe baza faptului că bunurile sunt ori refuzate, ori însușite creativ – ca în bricolaj.

Teoriile expuse anterior au furnizat informații pentru abordări mai recente, precum analiza afluentei ca ideologie ce pare să creeze o societate lipsită de clase prin deghizarea diferențelor sau estomparea acestora. Fenomenele afluentei și privatizării și consumul crescut de bunuri neesențiale în sfera domestică au fost folosite drept concepte cheie cu care se analizează destinderea de după cel de-al Doilea Război Mondial, dar s-a crezut că sub ele zace imaginea unei societăți lipsite de clase. Diferențele sunt mobilizate în piața timpului liber ca mijloc de a produce identificarea consumatorilor – și de a produce ceea ce par să fie grupuri diferite de consumatori.

În aceste imagini de ansamblu, consumul excesiv, prelingerea în jos și afluența ca ideologie sunt noțiuni care se bazează mai degrabă pe înțelegerea culturii ca o simplă expresie a relațiilor socio-economice decât ca un loc al producerii active a valorilor și înțelesurilor specifice claselor.

Dezvoltările la care termenii „afluență”

și „privatizare” se referă pot fi descrise mai exact ca „piețe de masă” și „consum bazat pe sexe”, acestea fiind obiective ale strategiilor economice care erau create de industriile timpului liber, mai degrabă cu scopul profitului decât ca rezultat al democratizării filantropice.

Mass-media se adresează, de asemenea, unor segmente de piață, deci fluxul de informație și influență este în primul rând înăuntrul grupurilor mai degrabă decât între grupuri. În acest sistem oamenii care aleg ce devine la modă, precum editorii de modă ai publicațiilor și cumpărătorii de modă în *retailing*, se comportă ca agenți ai secțiunilor specifice ale publicului consumator de modă, ale cărui gusturi și preferințe trebuie anticipate de către aceștia. Deci, rădăcinile schimbării în designul modei, manufactură și marketing sunt un răspuns la dorința marii majorități a consumatorilor. Creativitatea este astfel generată în același mod ca la oricare produs de consum. Imaginea semnifică reținere, altceva față de funcționalitatea necesară, dar imaginea utilității a continuat să reprezinte un ideal pentru acei profesioniști a căror sarcină era să regleze și să socializeze consumul.

Identificarea narcisistă cu obiecte nu exclude abilitatea de a le fetișiza sau obiectiviza dintr-o poziție voyeuristică. Mai degrabă decât să privim narcisismul și exhibiționismul ca inevitabil feminin, iar fetișismul și voyeurismul ca inevitabil masculin, precum au spus mulți teoreticieni, trebuie să recunoaștem că aceste tendințe sunt interdependente, deși diferite pentru femei și bărbați.

Christian Dior a fost numit „modernizatorul *haute couture*” pentru că a introdus sistemul prin care fabricanții și vânzătorii puteau vinde o copie originală Christian Dior și haine făcute din tipare de hârtie cu drepturi de autor

de Dior, desenele și reproducerea exacte având voie să apară doar la o lună după defilare. Este cel mai relevant exemplu de inovație comercială și nu neapărat creativă.

Sunt mai multe legături care au fost făcute între clasa dominantă și consumerism, fetișizarea bunului de consum. Înmulțirea discursurilor denunțând criza modei, fatala sa captare în discurs, generalizarea spectacolului sau moartea imaginii încheie în deosebit de clar faptul că bătălia care avea ca obiect fâgăduințele emancipării, iluziile și deziluziile istoriei, continuă astăzi pe tărâm estetic. Această estetică nu trebuie înțeleasă în sensul unei surprinderi perverse a politicii printr-o voință de artă, cum arată Rancière, prin gândirea unui popor ca operă de artă. Politica se referă la ceea ce se vede și la ceea ce se poate spune despre ceea ce se vede, la cei care au competența necesară pentru a vedea și calitatea de a spune, la proprietățile spațiilor și posibilitățile timpului. Regimul estetic desface corelația între subiect și modul de reprezentare.

Gândirea adevăratului pe care a moștenit-o tradiția gândirii critice relevă că obișnuitul devine frumos ca urmă a adevăratului. În opinia lui Rancière, teoria marxistă a fetișismului stă măturie pentru asta în modul cel mai convingător cu putință: trebuie să smulgem marfa aparenței sale triviale și să facem din ea un obiect fantasmagoric, pentru a citi în ea expresia contradicțiilor unei societăți. Istoria savantă a vrut să facă selecții în configurația estetică-politică ce-i conferă obiectul. A aplatizat această fantasmagorie a adevăratului în conceptele sociologice pozitive ale mentalității/expresiei și ale credinței/ignoranței.

În ceea ce privește identitatea, ea este un fenomen controversat. Dacă la naștere in-

dividul este o *tabula rasa*, atunci identitatea nu poate exista fără niște roluri mediate social. Oare ființa inferioară există cu adevărat, ca subiect ce transcende măștile și rolurile, sau este – așa cum presupune Foucault – doar un rol modern? Oare atunci când pacientul, clientul sau chiar studentul este trimis în căutarea propriei identități, nu este el pus într-o situație disperată? Singura ieșire din această situație par s-o ofere identitățile surrogat, iar specialistul se descurcă bine cu ele. Declararea măștilor și a rolurilor drept identități ar putea fi utilă pentru contactele noastre cotidiene cu cei din jur, dar asta nu îi mulțumește pe cei dornici de investigații mai profunde. În dialogul său despre *Gelassenheit*, Heidegger îl definește prin întoarcerea privirii dinspre o persoană pentru a o putea recunoaște.

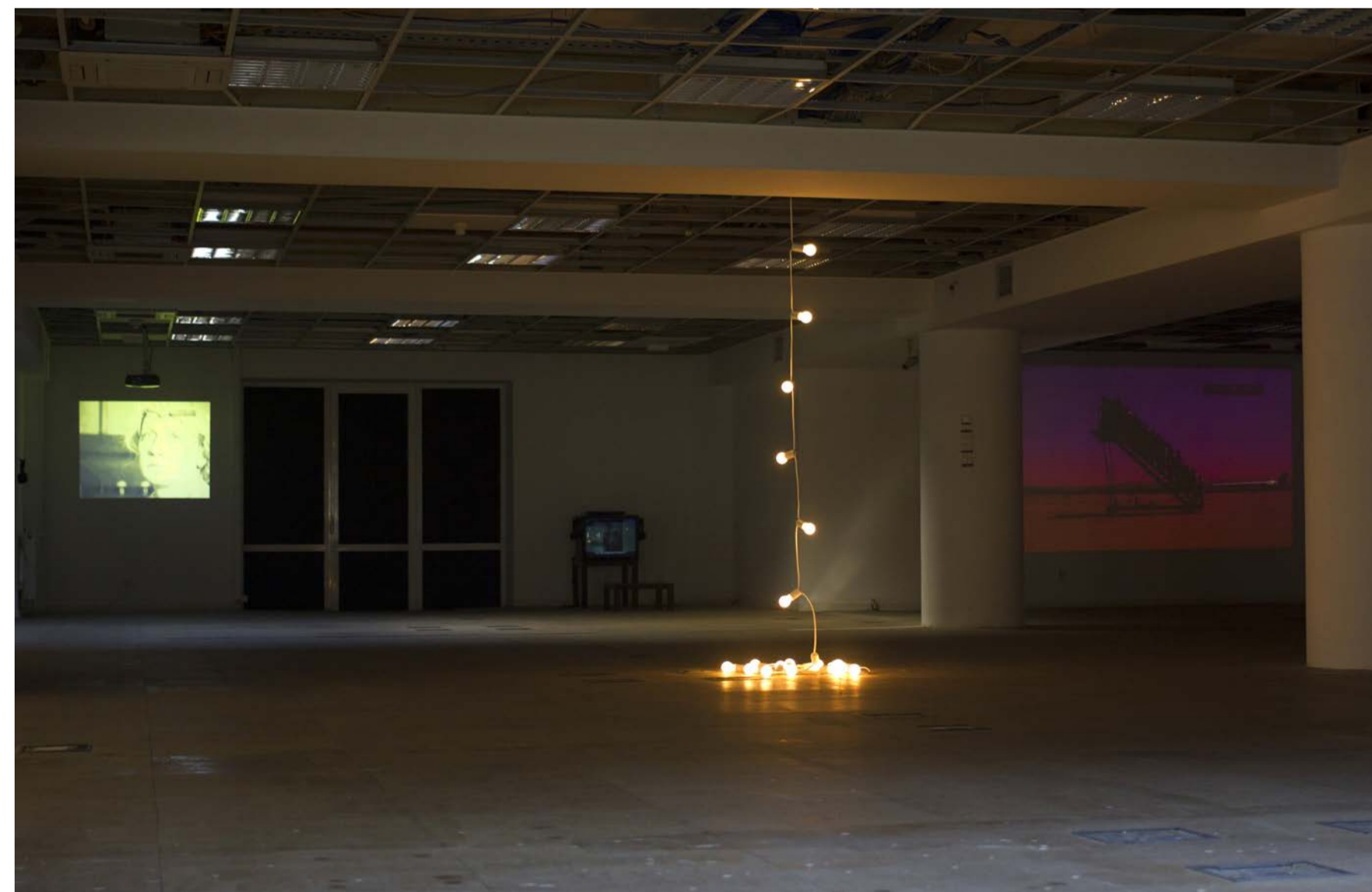
Strâns legată de un cod de personalitate imanent în aparențele publice era o dorință de controlare a acestor aparențe prin creșterea conștiinței de sine. Comportamentul și conștiința sunt totuși într-o legătură ciudată; comportamentul vine înainte de conștiință. Este dezvăluit involuntar și dificil de controlat în avans, mai ales pentru că nu există reguli clare de citire a detaliilor miniaturale; ele sunt clare doar pentru inițiați și nu există un cod stabil utilizabil pentru a deveni un gentleman sau o femeie absolut respectabilă. În sexualitate, ca și în modă, odată ce oricine putea să treacă peste un anumit set de termeni, acei termeni deveneau neimportanți. Apare un set nou de indicii, un cod nou de penetrare; mistificarea personalității este continuată ca mistificare a bunurilor noi în magazine. Conștiința devine deci activitate retrospectivă, control a ceea ce a fost trăit, muncă de dezvăluire mai degrabă decât de pregătire. Dacă un caracter este afișat involuntar în prezent, poate fi controlat doar prin vederea lui la timpul trecut.

Pierre Bourdieu merge mai departe și afirmă că nici o judecată de stil nu este inocentă. „Civilizația”, afirmă Eugen Rădescu, „nu înseamnă mașina cu aburi, ci înseamnă civilitatea. Ne-am pierdut civilizația – am devenit inocente aspiratoare de ignoranță, durere, patimă, ură, show”. Ce crud sentiment este „alegera” pentru omul ce a trăit într-un sistem ce nu-i permitea acest lucru! Mai ales acum, când este vorba despre o alegere personală și nu una comunitară. Individul simte nevoia să aleagă între aceste două directive. De cele mai multe ori o alege pe ultima. E mai simplă. Născocită din istoria sa recentă, trăită deja, asumată și experimentată.

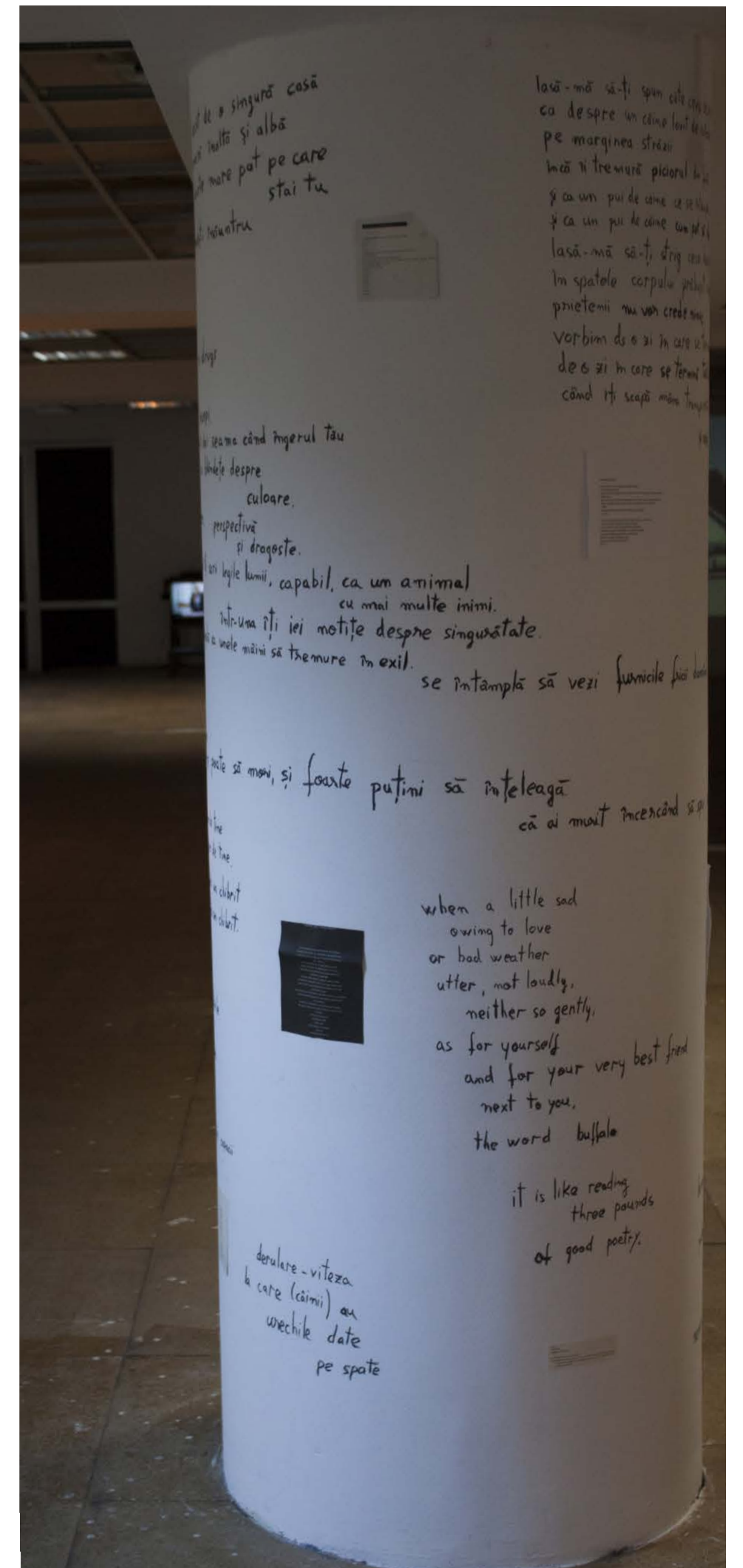
O istorie a nostalgiei nu este încă scrisă, dar această relație la timpul trecut a conștiinței cu comportamentul explică o diferență crucială. Trecutul este evocat nostalgic ca un timp al inocenței și al trăirilor modeste. În trecut cineva era realmente în viață numai dacă era capabil să dea sens trecutului; astfel confuzia prezentului ar putea fi facilitată. Acesta este adevărul prin retrospectivă. Terapia psihanalitică vine din acest simț al nostalgiei victoriene, la fel ca și cultul modern al tinereții – cult care determină fetișizarea produsului de consum, raportarea la publicațiile comerciale de modă, dorința de a te face mai dorit, diferențându-te de cel de care, în teoria egalitaristă, nu ar fi necesar să te distanțezi prin posesia de bunuri.

Referințe bibliografice:

- Adorno, Theodor, *Teoria estetică*, Editura Paralela 45, 2005.
- Barnard, Malcom (ed.), *Fashion Theory: A Reader*, Routledge, 2007.
- Barthes, Roland, *The Language of Fashion*, Berg/Power Publications, 2006.
- Bartlett, Djurdja, *FashionEast: The Spectre that Haunted Socialism*, The MIT Press, 2010.
- Benjamin, Walter, *Iluminări*, Editura Univers, 2002.
- Bourdieu, Pierre, *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*, Harvard University Press, 1984.
- Deleuze, Gilles; Guattari, Félix, *Anti-Oedipus: Capitalism and Schizophrenia*, University of Minnesota Press, 1983.
- Ferenczi, Sándor, *Sexualitate și psihanaliză. Contribuții la psihanaliză*, Editura Herald, 2012.
- Habermas, Jürgen, *Discursul filosofic al modernității*, Editura All, 2000.
- Law, Ka Ming; Zhang, Zhi-Ming; Leung, Chung-Sun, *Fashion change and fashion consumption: the chaotic perspective*, in „Journal of Fashion Marketing and Management”, 2004.
- Partington, Angela, *Popular fashion and working-class affluence*, in Malcom Barnard (ed.), *Fashion Theory: A Reader*, Routledge, 2007.
- Rancière, Jacques, *Împărțirea sensibilității*, Editura Idea, 2012.
- Rădescu, Eugen, *How Innocent Is That?*, Revolver Books, Berlin, 2009.
- Sennett, Richard, *The Fall of Public Man*, W. W. Norton & Company, 1992.



Installation view from the exhibition "The Affluence of the Working Class from Differentiation to Collectivism (On Fashion and the Politics of Aesthetics)" curated by Răzvan Ion at Pavilion, Bucharest. Here: Vladislav Mamyshev (Cafe Elefant, video, black and white, sound, 2'45", 2008), Corneliu Porumboiu (A trip to the city", short film, 19 min., 2003), Adrian Paci (Centro di permanenza temporanea, video, colour, sound, 5'30", 2007), Felix Gonzales-Torres (Untitled-Last Light, 24 matte light bulbs, electrical cable, dimmer switch, variable dimensions, 1993). Courtesy of the artists and www.pavilioncenter.ro.



Installation view from the exhibition "The Affluence of the Working Class from Differentiation to Collectivism (On Fashion and the Politics of Aesthetics)" curated by Răzvan Ion at Pavilion, Bucharest. Here: Radu Nițescu (Gringo, poetry written with black fineliner on the wall, bookpages, variable dimension, 2013). Courtesy of the artist and www.pavilioncenter.ro.

Răzvan Ion este teoretician, curator, manager cultural și activist politic. Este co-editor al PAVILION – journal for politics and culture, co-director al BUCHAREST BIENNALE – Bienala internațională de artă contemporană București – (împreună cu Eugen Rădescu), iar din 2008 a fost numit director al PAVILION – centrul pentru artă și cultură contemporană. A fost profesor asociat la University of California, Berkeley; Universitatea din Lisabona; Central University of New York; Universitatea de London; Universitatea din Sofia; Universitatea din Kiev ș.a. A ținut conferințe și prelegeri la diverse instituții de artă precum Witte de With, Rotterdam; Kunsthalle, Vienna; Art In General, New York; rum46, Aarhus; Calouste Gulbenkian, Lisabona; La Casa Encendida, Madrid; New Langton, San Francisco; CCA, Tbilisi; Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj; Universitatea de Artă din Cluj; Universitatea de Arte din Timișoara ș.a. Scrie pentru diverse reviste și ziare, iar recent a curat expozițiile „From Contemplating to Constructing Situations” and “Exploring the Return of Repression” at Pavilion, Bucharest, and rum46, Aarhus. În prezent lucrează la volumele “Exploring the Return of Repression” și “Rhizomic Structures Of Art Institutions. Neo-Politics Of Culture”, ce urmează să fie publicate la o editură germană. Este profesor la Universitatea din București unde predă studii curatoriale și un curs de gândire critică.

The Affluence of the Working Class from Differentiation to Collectivism (On Fashion and the Politics of Aesthetics)

de Răzvan Ion

"Fashion is a decor, a background or a scene, in short, as a theater." (Roland Barthes)

The mechanism through which consumption is stimulated has often been acknowledged as "fashion" or, more conceptually, as "preprogrammed obsolescence". The definitions given to consumerism after the Second World War have distinguished "fetishization" of consumption, ideological manipulation of the consumer, and rapid increase of human needs. One can argue that this consumerism is an effect of the instability of capitalism and, concurrently, of its expansion, while fashion is a battlefield for the emerging new forms of interclass struggles. Fashion is a habit, a collective habit.

Modern social codes allow the immediately inferior group to imitate the tastes and preferences of the superior one. According to this model, groups of higher status are forced to adopt new styles in order to maintain their superiority or distinction; thus tastes strain down the social ladder. This happens periodically; hence a cyclic process is created, generating seemingly mysterious mutations that we call fashion. Fashion is not a bourgeois element, it becomes a necessary luxury.

The current present cannot even achieve its self-

awareness off the opposition to a rejected outdated epoch, off the opposition to a configuration of the past. Actuality can be established only as a junction point between time and eternity. With this direct touch between actuality and eternity, modernity does not get rid of its decay, but its triteness. In Baudelaire's view, modernity is thought out in such a manner that the transitional moment finds acknowledgement as the authentic past of a present still to come. It proves itself to be what will someday become classic; "classic" is now the "lightning bolt" of a new world that will have no durability whatsoever, a world doomed to destruction at the very moment of its birth. Habermas says that this perception of time, radicalized once more in surrealism, establishes the kinship between modernity and fashion.

Benjamin constructs the collocation "current time" – "*Jetztzeit*" –, in which one can find scattered shards of the messianic, perfect time, with the help of the imitation motive, that has become rather immaterial, and that can be detected in the manifestations of fashion: "The French Revolution identified itself with a reversed Rome. It invoked Ancient Rome as fashion invokes an attire from the past. Fashion has a special scene for

the actuality, no matter where it may be moving along among the thickets of the past. It represents the leap to the past... The same leap of history is a dialectical one, in the image Marx used to conceive the revolution". Benjamin rebels not solely against the borrowed normativity of an understanding of history created by imitating models, but he also fights against both conceptions that already capture and cancel out the challenge of the new and unexpected, on the ground of the modern understanding of history.

There have been numerous accounts on fashion that acknowledge its function in the process of expressing the class difference in the capitalist society, but they tend to perceive it as an organism acting automatically for the benefits of the dominant or privileged classes. The financial affluence of the middle class, together with the massive consumption, are seen as means of exclusion – failure to identify with other groups. The affluence of the middle class is seen as a means of imitation – identification with other groups. It is believed that mass production threatens to erode, to absorb, or to trivialize the differences between the classes, transforming the preservation of the "distinction" into the prerogative of the



Installation view from the exhibition "The Affluence of the Working Class from Differentiation to Collectivism (On Fashion and the Politics of Aesthetics)" curated by Răzvan Ion at Pavilion, Bucharest. Here: Gergő Horváth (- some kind of mental decay -, installation with sound 5'26" on loop, chair, slide projection, variable dimension, 2011), Maria Balea (Working Class Heroes, collage of found photographs, found wooden base, industrial lamp, heater, 2012). Courtesy of the artist and www.pavilioncenter.ro.



Installation view from the exhibition "The Affluence of the Working Class from Differentiation to Collectivism (On Fashion and the Politics of Aesthetics)" curated by Răzvan Ion at Pavilion, Bucharest. Here: Cosmin Grădinaru (Untitled-framed photo of a pin-up girl as a housekeeper, installation with wooden photo frame, black and white found photograph, wooden plinth, price label, variable dimension, 2012). Courtesy of the artist and www.pavilioncenter.ro.

privileged and elite groups. As a result, those who belong to the subordinate groups, instead of developing their own methods of exclusion, crave the ones from the higher status groups. An effect of reproducing social structures or imitating social behaviors follows close. According to the logic of the egalitarian society, when people don't have to exhibit the social differences, they will not do so. If the law and the anonymity allow you to "escape" by being anyone you choose to be, then you will not try to redefine yourself. However, egalitarian logic quits functioning when applied to an *ancien régime* city. Despite the fact that there is a desire to observe dress codes, while doing so, people hope to impose a pattern on the mixture of strangers from the streets.

Life is more acceptable from a social point of view if people are perceived as they wish to be, and not as they really are. When thinking of this, clothes have a meaning that is independent of their wearer or his body. The body is a shape that needs decorating. The social aura has to be created. This discrepancy shows the moral and ethical decay of a majority that wishes to have the power of decision, yet ends up in a deplorable state of psychosis, generated by the lack of recognition, despite all the accessories used. Dress codes serve well as means of regulating street behavior if people are arbitrarily identified by those with a lower intellectual or educational position. The fact that people are not what they wear – at least not a significant majority of them – is less important than their desire to wear something that can be easily recognizable. This problem has created a new relation between clothing and cars; it has generated a new accessory. Even the human being becomes a kind of accessory, and those with whom some kind of association is produced respond to a determined, generalized aesthetic tendency.

Fetishism and spectacularization create the illusion of a change in the conditions of existence. The selection of tastes and interests in fashion is considered a means of social improvement, and the modern woman or the modern man are perceived as a spectacle used to display wealth and distinction. But, in the same time, they are not acknowledged as indicators of an authentic social change, but as means of disguising or denying socio-economic differences.

Still, the model of the outcasts can threaten this clarity. Historically speaking, the rules are shaken by the emergence of dandyism and, later on, of hipsters. Only the disguise of the historical costume can reveal the eternal beauty – Benjamin conferred later on this behavior the expression of the dialectical image. The role of the young dandy consists of directing in an aggressive, though a world-weary manner, this sort of extravagances and to exhibit extravagances through provocative means. The young dandy combines idleness and fashion-related issues with the pleasure of flabbergasting – while he will never be flabbergasted. He is the expert in ephemeral pleasure of the instant that generates the novelty: "He seeks that something which, with your permission, I want to characterize as 'modernity'; because there is no better word to express the idea in question. The important thing for him is to take away from fashion everything that fashion wishes to render poetic in its historic side and eternal in its ephemeral side". (Habermas)

After the Second World War the working class was perceived as divided between "the marginals" (who were thought to be rejecting commodities) and the majority (passive consumers). For example, the subcultural (masculinized) style is different from the cultural (feminized) mass fash-

ion. As long as the activities of the middle class women were associated with devaluated cultural practices, the culture of the male working class enjoyed the status of a subversive culture, on account of the fact that goods are either refused, or creatively appropriated – such in DIY.

The theories presented above provided information for more recent approaches, such as the analysis of affluence as an ideology which seems to create a classless society by disguising or subduing differences. The phenomena of affluence and privatization, together with the increased consumption of non-essential goods in the domestic field, have been used as key concepts in analyzing the thawing of tension after the Second World War, even if it was thought that there is an image of a classless society lying underneath it. Differences are mustered in the leisure industry, in order to bring forth the identification of consumers – and to bring forth what seems to constitute different groups of consumers.

In these surveys excessive consumption, the downward trickle, and the affluence as ideology are notions which are based on understanding culture as a simple expression of socio-economic relations rather than as a place of active production of values and meanings associated with certain social classes.

The developments to which the terms "affluence" and "privatization" refer can be described more accurately as "mass markets" and "gender-based consumption", as these are the aims of the economic strategies created by the leisure industries, that were rather profit-oriented and not an outcome of the philanthropic democratization.

Mass media also address to certain market segments, therefore the afflux of information and influence flows mainly inside groups, rather than between groups. Within this system people who choose what becomes fashionable, such as the fashion editors from the major magazines and retail fashion buyers, act as agents for the specific sections to which the fashion consumers belong, and whose tastes and preferences have to be anticipated by them. Thus the roots of change in fashion design, manufacturing, and marketing are a reaction to the wish expressed by the majority of consumers. Thus, creativity is generated in the same way as for any other consumer good. The image denotes restraint, something different from the necessary functionality, yet the image of utility continues to represent an ideal for the professionals whose task is to regulate and socialize consumption.

The narcissistic identification with the objects does not eliminate the ability to fetishize or objectify them from a voyeuristic point of view. Instead of labeling narcissism and exhibitionism as ineluctably feminine, and fetishism and voyeurism as ineluctably masculine, as many other theorists have stated, we must accept these tendencies are interdependent, even though they are different for women and men.

Christian Dior has been dubbed "the modernizer of *haute couture*", as he pioneered the system through which manufacturers and shop sellers could sell a Christian Dior original copy and clothes based on paper patterns copyrighted by Dior, with the drawings and the exact reproductions being free for release only a month after the fashion presentation. This is the most relevant example of commercial innovation, even if not necessarily a creative one.

A number of connections has been made between the dominant class, consumerism, and the fetishization of the consumer goods. The proliferation of the discourses denouncing the fashion crisis, its fatal confinement into speech, the generalization of the show, or the death of image are clear indications of the fact that the battle whose object has been the promises of emancipation, the illusions, and disillusion of history, continues to this day on in the aesthetic realm. As Rancière points out, this aesthetics should not be interpreted as a perverted astonishment of politics through the will to art, through a people's thinking as a work of art. Politics refers to what can be seen, to what can be said about what can be seen, to those who have the necessary competence to see and the prerogative to talk, to the space properties and time possibilities. The aesthetic regime unfolds the correlation between the subject and the mode of representation.

The meditation upon the genuine, which has been inherited by the tradition of critical thinking, reveals that the ordinary becomes beautiful as a trace of the genuine. In Rancière's opinion, Marxist theory on fetishism ascertains this idea in the most persuasive way: we must strip the commodity of its trivial appearance and make it a phantasmagoric object, in order to interpret it as the expression of the contradictions existing within the society. Scholar history sought to make a selection in the aesthetic-politic configuration that confers the object. It flattened this phantasmagoria of the genuine into positivist sociological concepts of mentality/expression and of faith/ignorance.

As for the identity, it remains a controversial phenomenon. If the individual at birth is a blank slate, then identity cannot exist without some socially mediated roles. Does the inferior being truly exist as a subject transcending masks and roles or – as Foucault presumes – is he only a

modern role? When the patient, the client, or the student is dispatched on a quest for his own identity, isn't he or she put in a desperate situation? The only way out of this situation seems to be offered by the surrogate identities, and the specialist manages them well. Asserting masks and roles as identities could prove useful for our daily interactions with the people around us, yet it does not suffice for those who are prone to further investigations. In his dialogue on *Gelassenheit*, Heidegger defines it as averting one's eyes from a person in order to identify him or her.

In close connection to an immanent personality code concerning public appearances, there lies a desire to control these appearances by increasing self-awareness. Nevertheless, behavior and consciousness are oddly connected; behavior comes before consciousness. Behavior is involuntarily revealed, and is difficult to control in advance, especially because there are no plain rules for reading small details; these are plain for insiders only, and one cannot find a stable code to employ in order to become a gentleman or an absolutely respectable woman. In sexuality, as well as in fashion, once you can surpass a certain set of terms, these terms become unimportant. There emerge a new set of clues, a new penetration code; the mystification of personality is carried forward in stores as mystification of new commodities. Thus consciousness becomes a retrospective activity, a control of what has been lived, an endeavor towards disclosure rather than to training. If a character is involuntarily displayed into the present, he or she can be controlled only by watching it in the past tense.

Pierre Bourdieu goes even further, stating that no judgment of taste is innocent. "Civilization doesn't mean the steam engine, but it means civility," asserts Eugen Rădescu, "the ability to have civic relationships, to follow judicial norms. Somehow, all these attributes are lost. We have forgotten our civility; we have lost our civilization. We have become innocent vacuum cleaners and we are sucking in ignorance, pain, ardor, hatred, show." What a cruel feeling the "choice" is for a man who lived in a system that didn't allowed it; especially now, when we talk about an individual choice, not a communal one. The individual feels the urge to choose between these two directives. He chooses the second most of the time. It is simpler. It arises from his recent history, it has already been lived, assumed, experimented.

A history of nostalgia has yet to be written, but this past tense relation of behavior with consciousness explains a crucial distinction. The past is nostalgically remembered as a time of innocence and modest experiences. In the past one was truly alive only if one was able to give a meaning to the past; hence the confusion of the present could be facilitated. This is the truth through retrospection. Psychoanalytic therapy arises from this sense of Victorian nostalgia, as well as the modern youth cult. The modern youth cult establishes the fetishization of the consumer good, the permanent resort to the commercial fashion magazines, the wish to become more desirable, while differentiating from those one should not distance through the possession of goods, according to the egalitarian theory.

References:

Adorno, Theodor, *Teoria estetică*, Paralela 45, 2005.

Barnard, Malcom (ed.), *Fashion Theory: A Reader*, Routledge, 2007.

Barthes, Roland, *The Language of Fashion*, Berg/Power Publications, 2006.

Bartlett, Djurdja, *FashionEast: The Spectre that Haunted Socialism*, The MIT Press, 2010.

Benjamin, Walter, *Iluminări*, Univers, 2002.

Bourdieu, Pierre, *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*, Harvard University Press, 1984.

Deleuze, Gilles; Guattari, Félix, *Anti-Oedipus: Capitalism and Schizophrenia*, University of Minnesota Press, 1983.

Ferenczi, Sándor, *Sexualitate și psihanaliză. Contribuții la psihanaliză*, Herald, 2012.

Habermas, Jürgen, *Discursul filosofic al modernității*, All, 2000.

Law, Ka Ming; Zhang, Zhi-Ming; Leung, Chung-Sun, *Fashion change and fashion consumption: the chaotic perspective*, in „Journal of Fashion Marketing and Management”, 2004.

Partington, Angela, *Popular fashion and working-class affluence*, in Malcom Barnard (ed.), *Fashion Theory: A Reader*, Routledge, 2007.

Rancière, Jacques, *Împărțșirea sensibilității*, Idea, 2012.

Rădescu, Eugen, *How Innocent Is That?*, Revolver Books, Berlin, 2009.

Sennett, Richard, *The Fall of Public Man*, W. W. Norton & Company, 1992.

(Translated and adapted by Radu Pavel Gheo)

Răzvan Ion is a theorist, curator, cultural manager, and political activist. He is the co-editor of *PAVILION – journal for politics and culture*, the co-director of the *BUCHAREST BIENNALE – the international biennale for contemporary art Bucharest – (alongside Eugen Rădescu)*, and in 2008 he was appointed director of *PAVILION – center for contemporary art and culture*. He has held conferences and lectures at numerous art institutions, such as *Witte de With, Rotterdam; Kunstalle, Vienna; Art In General, New York; rum46, Aarhus; Calouste Gulbenkian, Lisbon; La Casa Encendida, Madrid; New Langton, San Francisco; CCA, Tbilisi; Babeș-Bolyai University of Cluj; University of Arts, Cluj; University of Arts, Timișoara a.o.* He is a contributor at numerous magazines and newspapers, and he has recently curated the exhibitions "From Contemplating to Constructing Situations" and "Exploring the Return of Repression" at Pavilion, Bucharest, and rum46, Aarhus. He is currently working at completing two new books, *Exploring the Return of Repression and Rhizomic Structures of Art Institutions. Neo-Politics of Culture*, which will be published at a German publishing house. Răzvan Ion is a university professor at the University of Bucharest, where he teaches curatorial studies and a course on critical thinking.



Installation view from the exhibition "The Affluence of the Working Class from Differentiation to Collectivism (On Fashion and the Politics of Aesthetics)" curated by Răzvan Ion at Pavilion, Bucharest. Here: Gergő Horváth (- some kind of mental decay -, installation with sound 5'26"on loop, chair, slide projection, variable dimension, 2011). Courtesy of the artist and www.pavilioncenter.ro.



Installation view from the exhibition "The Affluence of the Working Class from Differentiation to Collectivism (On Fashion and the Politics of Aesthetics)" curated by Răzvan Ion at Pavilion, Bucharest. Here: Andu Simion (Bayram, photo installation, chromatone, 12 wood frames 10x15cm, 2012). Courtesy of the artist and www.pavilioncenter.ro.

This reader was published by **PAVILION - journal for politics and culture** in the frame of the project **THE AFFLUENCE OF THE WORKING CLASS FROM DIFFERENTIATION TO COLLECTIVISM (ON FASHION AND THE POLITICS OF AESTHETICS)**, exhibited at **PAVILION - center for contemporary art and culture** between October 10, 2013 - February 14, 2014.

Curator: Răzvan Ion

Participants: Marina Albu (RO), Maria Balea (RO), Cosmin Grădinariu (RO), Gergő Horváth (RO), Vladislav Mamyshev (RU), Radu Nițescu (RO), Adrian Paci (AL), Corneliu Porumboiu (RO), Andu Simion (RO), Felix Gonzales Torres (USA), Wu Tsang (USA)

Edited and designed by Răzvan Ion with the precious support of Eugen Rădescu.

Translations and proof reading by Radu Pavel Gheo.

Photography by Sorin Florea & Răzvan Ion.

Our deepest gratitude to all artists and writers who helped us in this.

Special thanks: Anca Nuță, Nicolae Elek, Eugen Rădescu, Andreea Pătru, Alexandra Enache, Sorin Florea, Michael Clifton/Clifton Benevento Gallery New York, Elena Selina/XL Gallery Moscow, John Connelly/Felix Gonzalez-Torres Foundation, Andrei Alexandrescu, Florin Oslobanu, Andrei Crăciun and all the artists.

Printed by PRO Editură și Tipografie.

Printed in Romania.

October 2013.

PAVILION is a center for contemporary art & culture, a work-in-progress independent space, a space for the production and research in the fields of audiovisual, discursive and performative. It is a space of critical thinking and promotes an artistic perspective implying the social and political involvement of art and of cultural institutions.

PAVILION, centrul pentru artă și cultură contemporană, este un spațiu independent work-in-progress, spațiu de producție și cercetare a vizualului, a discursivului și a performativului. Este un spațiu al gândirii critice care promovează o înțelegere implicată socio-politică a artei și a instituțiilor culturale.

Director: Răzvan Ion

Coordinator: Andreea Pătru

Assistant Coordinator: Alexandra Enache

Intern: Cristiana Șerbănescu

Website/Software design: Alexandru Enăchioaie

Board: Eugen Rădescu (chairman), Anca Nuță, Felix Vogel

Email: pavilion@pavilionmagazine.org

Office ph./fax: +4 021 310 54 69

Visiting address: Str. C.A. Rosetti nr. 36 (crossing with str. J.L. Calderon) Bucharest

Mail address: PO Box 26-0390 Bucharest 014800.

For more details, map, newsletter and projects:

www.pavilioncenter.ro

www.facebook.com/pavilionjournal

Our organisation is the generator of the following projects:

PAVILION - journal for politics and culture

www.pavilionmagazine.org

www.facebook.com/PavilionJournal

PAVILION - center for contemporary art & culture

www.pavilioncenter.ro

www.facebook.com/PavilionJournal

BUCHAREST BIENNALE - Bucharest International Biennial for Contemporary Art

www.bucharestbiennale.org

www.bienalabucuresti.ro

www.facebook.com/BucharestBiennial

All projects are devised and founded by Răzvan Ion & Eugen Rădescu.

Proudly supported by:

